

Mænds Økologiske Forbrugspraksis

En sociologisk kvalitativ undersøgelse

af Aarstidernes mandlige forbrugere og deres økologiske forbrugspraksis



Aalborg Universitet, Sociologi, Speciale 2019
Udarbejdet af Michael Nguyen

Vejleder: Morten Kyed
Anslag: 179.373

Abstract

The main objective of the thesis has been to examine the research question; “How can organic consumption be understood as a gendered phenomenon? Furthermore, how it can help us to understand consumption as a social practice among men regarding organic food”. This was more particularly investigated in relation to male customers of the Danish organic meal box company Aarstiderne with whom the thesis has collaborated with. The background of the thesis is constituted by a contextual understanding that organic consumers in Denmark largely consists of females.

Thereto, based upon the literature review of green consumption and gender studies of food and consumption, men are less likely than females to consume green products. Furthermore, the studies show that the way we eat, cook and consume reflect upon how gender is done and practiced in everyday lives. The interest of the thesis has thereby been to investigate male organic consumers to acquire a comprehension of how eight different male consumers of Aarstiderne practice organic consumption in different social situations in their everyday lives. Further, how these practices reflect upon their way of doing and expressing gender and masculinity. These eight men constitute the primary empirical material for the thesis, and their opinions and practices were explored by the use of various qualitative interviews; the focus group interview, two couple interviews and an individual person interview in a social constructivist science theory framework. The interaction between interviewees has in regards to the science theory and applied theoretical aspects for the thesis been deemed important to understand how various social practices, norms and opinions is exchanged and fabricated in social interactions.

The theoretical approach in the thesis has been based on adaptive orienting concepts by using ‘*the social practice*’ theory by Andreas Reckwitz (2002) and Bente Halkier & Iben Jensen (2008), and ‘*gender performativity*’ from Candace West and Don H. Zimmermans (1987) “Doing Gender” theory. The theories of social practices have provided an understanding of social actions, interactions and behavior as constituting social practices in the everyday live. Simple actions such as consumption is based on several coordinated routinized actions, wherein the use of body, mind and emotions

is in cooperated. This theory thereby provided analytical foundation to explore and understand, the ways in which male organic consumers perform organic consumption as a social practice and how it forms part of multiple relational practices such as gender, cooking and consumption in the daily life. Thereto, the theory of 'gender performativity' was applied to explore the ways in which gender is done through performances and social interactions and can be seen as a product of social actions.

The interviews and empirical findings therein based the groundwork for developing four practices-ideal types of male consumers, and their organic and consumption practices; 1) Gastro man practices/ Gastroma(n)dspraksis 2) Health man practices/ Helsema(n)dspraksis 3) Protest man practices/ Protestma(n)dspraksis 4) The green man practices/Den grønne ma(n)dspraksis. The thesis concludes, that male organic consumers of Aarstiderne exchange between four main types of different practice-ideal types, wherein several different types of practices and performances on various cognitive and physical levels is applied. These practices and performativities in isolated instances can be considered as contradictory, however it has become evidently that social contexts have an effect on how practices and performances is perceived and carried out. The eight men, therefore, has different use and views on organic food, cooking, masculinity and consumption depending on the given social context and situation as social practices and gender is socially based phenomenons performed in social interactions. Therefore, organic consumption as a gendered performance variates depending on the given context, social situation and practice performed.

Indholdsfortegnelse

1.0 PROBLEMFELT	9
1.1 ØKOLOGISK VÆKST	9
1.2 ØKOLOGI OG KØN	9
1.2.1 <i>Er kvinder mere økobevidste end mænd?</i>	11
1.3 AARSTIDERNE	13
1.3.1 <i>Intern segmentanalyse af kunderne</i>	13
1.4 LITTERATURREVIEW	14
1.4.1 <i>Grønne forbrugsstudier</i>	14
1.4.2 <i>Kød eller salat? Hvordan køn påvirker forbrug og beslutninger</i>	16
1.4.3 <i>Maskulinitet og mad</i>	18
1.4.3.1 <i>Hummers vs. Tofu</i>	18
1.4.3.2 <i>Foodie som kønnet praksis</i>	19
1.4.3.3 <i>Madlavning som et kønsdisciplinerings redskab</i>	20
1.4.3.4 <i>Mænd i køkkenet som pligt, ligestilling eller som en leg</i>	21
1.5 VIDENSHUL	22
1.6 PROBLEMFORMULERING	23
2.0 FORSKNINGSDESIGN	24
2.1 DET TEORIFORTOLKENDE CASEDESIGN	24
2.1.1 <i>Designmæssige overvejelser</i>	24
2.2 ADAPTION	25
2.3 VIDENSKABSTEORETISK POSITION	26
3.0 TEORI	28
3.1 PRAKSISTEORI OG KØNSPERFORMATIVITET	28
3.1.1 <i>Social praksis og performativitet</i>	28
3.1.1.1 <i>Sociale praksis som værende rutine og dynamisk</i>	30
3.2 KØNS OG MASKULINITET SOM PRAKSIS	32
3.2.1 <i>Sex, kønskategori og gender</i>	32
3.2.2 <i>Sociale agenter som køn</i>	33

3.3 OPSAMLING AF TEORI	36
4.0 METODE OG EMPIRI	39
4.1 DET KVALITATIVE FOKUS	39
4.2 REKRUTTERINGSPROCESSEN	40
4.3 FOKUSGRUPPEINTERVIEW	40
4.3.1 Moderator	41
4.3.2 Den sociale interaktion i interviewene	42
4.4 OPERATIONALISERING	43
4.4.1 Operationalisering af praksisteori	43
4.4.2 Operationalisering af kønsteori	43
4.4.3 Diskussion af operationalisering	44
4.5 INTERVIEWGUIDE	45
4.5.1 Interviewtemaer	45
4.5.2 Brugen af mandetyper	46
4.6 METODISK DISKUSSION	49
4.6.1 Metodisk diskussion af fokusgruppeinterviewet	49
4.6.2 Metodisk refleksion af interviewforløbet	50
5.1 ANALYSESTRATEGIEN	53
5.2 EMPIRISK ANALYSE	53
5.2.1 Præsentation af informanterne	53
5.3 ANALYSE DEL 2: PRÆSENTATION AF PRAKSISIDEALTYPENE	58
5.3.1 Gastroma(n)dspraksis	59
5.3.2 Helsema(n)dspraksis	66
5.3.3 Protestma(n)dspraksis	71
5.3.4 Den grønne ma(n)dspraksis	76
5.3.5 Opsamling af analyse del 2	84
6.0 DISKUSSION	86
6.1 URBANE ØKOLOGISKE MÆND VIL HAVE HOTTER OG ØKOLOGISK SPELTOTTO	86
6.2 PROTEST SOM MASKULIN FRIRUM	87
6.3 ØKOLOGISK FORBRUG SOM EN KLASSEPRAKSIS	89

6.4 DISKUSSION AF UNDERSØGELSENS VALIDITET	90
6.4.1 <i>Diskussion af interviewene</i>	91
6.4.2 <i>Mandetyper</i>	92
6.4.3 <i>Praksistypernes relevans</i>	92
6.5 GENERALISERING	93
7.0 KONKLUSION	95
8.0 LITTERATURLISTE	97
8.1 PRIMÆRE KILDER	97
8.2 FORSKNINGSRAPPORTER- OG ARTIKLER	98
8.3 ANDRE ARTIKLER	100
8.4 HJEMMESIDER	102
8.5 BILLEDER	103
9.0 BILAG 1: INTERVIEWGUIDE	104

Problemfelt



1.0 Problemfelt

Det følgende problemfelt vil give en introduktion til specialets undren samt en præsentation af undersøgelsens fokus på økologisk forbrug i en dansk kontekst såsom den økologiske interesse i blandt danske forbrugere, hvem der køber mest og særligt om, hvorfor mænd køber færre økologiske produkter end kvinder. Derudover vil der efterfølgende være en gennemgang af forskellige forskningsstudier i det udarbejdede litteraturreview, som afsluttes med specialets problemformulering: *"Hvordan kan man forstå økologi og økologisk forbrug som et kønnet fænomen? Og hvordan kan det hjælpe os med at forstå mænds forbrugspraksis i forbindelse med brug af økologi?"*

1.1 Økologisk vækst

Økologiske produkter oplever i disse dage en økonomisk vækst og er blevet utroligt populært i danskernes indkøbskurve. Danmarks Statistik oplyste i 2018, at det økologiske fødevarer salg i dagligvarehandlen er steget fra 3% i 2005 til 13% i 2017, hvilket svarer til et salg for ca. 11,3 mia. kr. (Økologisk Landsforening 2018a:4-5). Tendensen viser en stigende interesse for økologiske produkter, og danskerne er blevet gladere for at købe økologi henover det seneste årti. Markedsrapporter fra producenter og supermarkeds kæder som Arla og COOP melder ligeledes, at de oplever en stigende økologisk interesse, og analyser tegner et billede af, at der vil i fremtiden være endnu flere økologiske produkter på de danske hylder i de fysiske butikker og online (Ritzau 2018, Arla 2019). Ifølge forbrugsforskeren John Thøgersen skyldes den økologiske vækst blandt andet den *økologiske rulletrappe*-effekt, der er en afsmittende økologisk effekt, hvor økologi fylder mere og mere i indkøbskurven, når man først har besluttet sig for et enkelt økologisk produkt (BSS AU 2017).

1.2 Økologi og køn

I 2018 købte danske forbrugere mest økologi i hele verden, og direktør for brancheorganisationen Økologisk Landsforening, Helle Borup Friberg, kommenterede i den forbindelse, at hun var "pavestolt" over den økologiske udvikling i Danmark (Politiken 2018). Selvom interessen for økologi er stigende i Danmark, opleves der dog en forskel på, hvilke forbrugersegmenter der køber økologi blandt andet i forhold

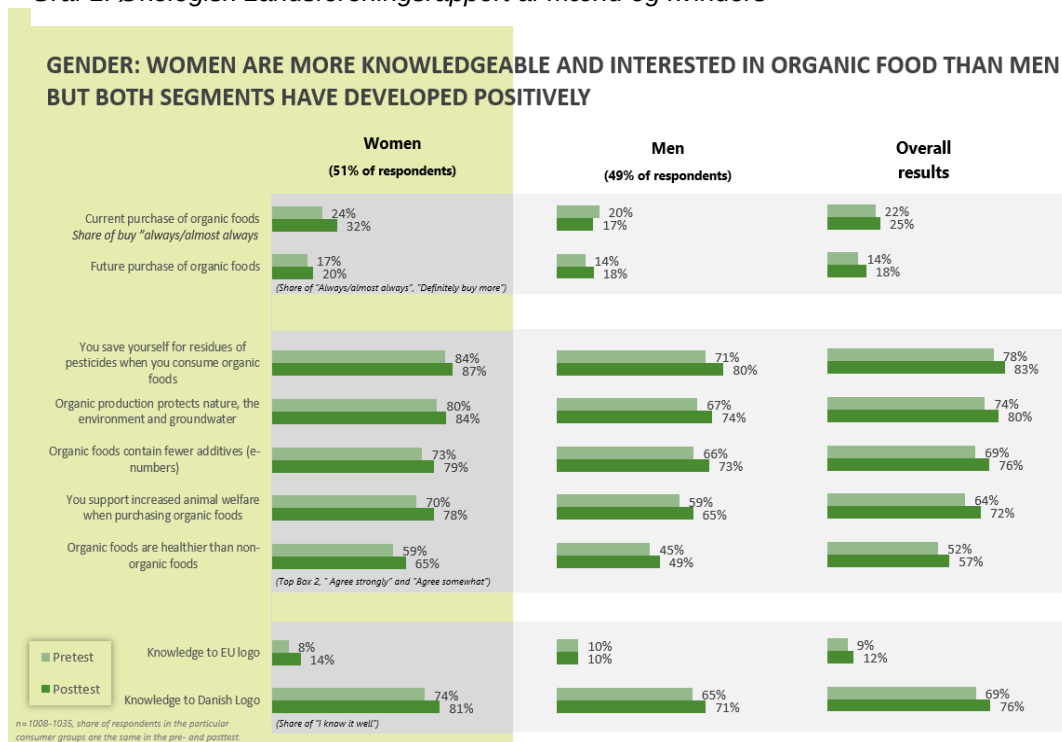
til geografi, alder, socioøkonomisk baggrund og køn (Økologisk Landsforening 2017:37; LF 2017, DST 2017). Undersøgelserne viser, at det særligt er forbrugere med en langvideregående uddannelse og med en høj indkomst i byerne, der køber mest økologi. Dertil kan det økologiske forbrug også anskues med et kønsperspektiv, for der eksisterer uenighed blandt forskellige organisationer om, hvorvidt kvinder køber flest økologiske produkter. Landbrug og Fødevarer argumenterer for en mindre kønsforskel af det økologiske forbrug: *"de kvindelige forbrugere plejer at være i overtal, når vi har undersøgt, hvem der køber økologiske varer"* (LF 2017). Ifølge Kirsten Lund Jensen, økologichef hos Landbrug & Fødevarer, har det nemlig tidligere forholdt sig således, at det har været de kvindelige forbrugere, der har domineret inden for økologisk forbrug. I forbindelse med at undersøge kønsfordelingen inden for køb af økologi, har jeg kontaktet Danmarks Statistiks chefkonsulent inden økologi og fødevarer, Martin Lundø. I en mail har han oplyst, at der kun eksisterer statistisk på husstande, og der eksisterer dermed ikke en officiel national statistisk opgørelse fra Danmarks Statistik af det økologiske salg på baggrund af forbrugernes køn¹. Andre danske rapporter har dog arbejdet med kønnets betydning for økologisk forbrug, men rapporternes konklusioner bevidner om en diskrepans. I 2017 udtalte interesseorganisationen Landbrug & Fødevarer til medierne, at deres markedsundersøgelse viste, at mænd og kvinder køber økologi i samme grad (LF 2017). Konklusionen er der dog ikke enighed om på det økologiske marked, eftersom to markante aktører som Økologisk Landsforening og Arla konkluderer på baggrund af deres egne undersøgelser, at kvinderne fortsat køber mere økologi end mænd (Økologisk Landsforening 2018b; Arla 2018). Arla og Økologisk Landsforening påpeger begge på baggrund af deres rapporter, at kønsforskellen skyldes, at kvinderne i højere grad har ansvaret for at handle ind i hjemmet og familien, således er det derfor kvinderne, som i højere grad beslutter, hvad familien skal spise (Økologisk Landsforening 2018b; Arla 2018).

¹ I en mail d.6/3/2019 svarer Martin Lundø: *"Vi kan desværre ikke opgøre vores statistikker på køn, men har tidligere lavet analyser på baggrundsvariable i husstande (...)".*

1.2.1 Er kvinder mere økobevidste end mænd?

Økologisk Landsforening udtaler på baggrund af rapporten, at den bekræfter deres grundlæggende antagelse af, at kvindelige forbrugere ved mest om økologi og på baggrund af dette, mener Økologisk Landsforening, at kvinder er mere økologisk bevidste end mænd, hvilket medvirker til, at de køber flest økologiske varer (Økologisk Landsforening 2018b). Dermed antager Økologisk Landsforening, dét at besidde viden om økologi er ensbetydende med, at man dermed også er mere økobevidst. I forbindelse med dette speciale har jeg kontaktet Økologisk Landsforening og opnået indsigt i dele af rapporten, der ikke er offentligt tilgængelig. Resultaterne viser, at de kvindelige informanter i højere grad end de mandlige svarer, at de køber økologi på grund af sundhedsmæssige overvejelser såsom mindre pesticid indhold, færre e-numre, samt at økologiske fødevarer er sundere end konventionelle fødevarer (Graf 1). Rapporten konkluderer dermed, at kvinderne er mest tilbøjelige til at købe økologi, er mere økologisk bevidste end mænd samt er mere optaget af sundhed, når de køber økologi (Økologisk Landsforening 2018).

Graf 1: Økologisk Landsforeningsrapport af mænd og kvinders



Er
kvinder
dermed
mere

økologisk og sundhedsbevidste end mænd? Økologisk Landsforenings antagelser giver anledning til en grundlæggende undren og konstituerer grundlaget for specialet. Derfor vil jeg i den kommende del af problemfeltet nærmere undersøge henholdsvis mænd og kvinders økologiske forbrugstilgang.

1.3 Aarstiderne

Det nærværende speciale har indgået et specialesamarbejde med den danske økologiske virksomhed Aarstiderne for at få adgang til data som deres interne kundeanalyser for at få en indsigt i deres mandlige forbrugere. Aarstiderne er mest kendt for at levere forskellige typer af økologiske måltids- og frugtkasser til kundernes hoveddør, og virksomhedens værdigrundlag er at levere måltidskasser baseret på økologiske råvarer og med fokus på sundhed, bæredygtighed, dyrevelfærd og gastronomiske smagsoplevelser (Aarstiderne 2019). Yderligere er bæredygtighed en del af Aarstiderne virksomhedsstrategi, derfor udarbejdes der også et årligt CO2-regnskab, og den bæredygtige strategi ses også i deres måltidskasser. Kasserne med kødretter har en fordeling bestående af 20% er kød og 80% er grøntsager og kulhydrater.

1.3.1 Intern segmentanalyse af kunderne

Samarbejdet med Aarstiderne har muliggjort adgang til deres interne analyser af deres mandlige kunder i Nordjylland. De forskellige grafer og tabeller af deres mandlige, nordjyske kunder kan ses i *Bilag: Aarstiderne*. En af analyserne omkring deres forbrugssegmenter udarbejdet af virksomheden ConZoom påviser, at det særligt er tre forbrugssegmenter, der i størst omfang er repræsenteret blandt de nordjyske, mandlige kundesegmenter: "*Velhavende*²", "*Velfunderede husejere*³" og "*Vid og velstand*⁴" (Bilag: Aarstiderne, A). Analysen af Aarstidernes mest købeaktive gruppe består ifølge ConZoom primært af ressourcestærke forbrugere med en høj socioøkonomisk baggrund. Det vil sige, at de har en høj indkomst, familie,

² *Velhavende*: bosæt i attraktive byområder, højt uddannelses- og beskæftigelsesniveau, familiefædre, kulturelt interesseret i forhold til at rejse, madinteresseret og betaler gerne for kvalitet og er sundhedsinteresseret.

³ *Velfunderede husejere*: villaejere, mellem 40- 60 årige, kulturelt og økonomisk ressourcestærke.

⁴ *Vid og velstand*: urbane mænd, langvideregående uddannelse, købestærke, fysisk aktive og højkulturelle forbruger. (Conzoom.dk).

langvideregående uddannelse og bor i de store byer (ibid.). Dette er i tråd med den eksisterende konsensus i rapporter fra den økologiske branche samt Danmarks Statistik (Økologisk Landsforening 2018; DST 2017). Undersøgelsen påpeger dertil, at de mandlige kunder især har 5 overordnet grunde til valget af Aarstidernes måltidskasse. Det skyldes, ikke overraskende, praktiske grunde såsom: "Levering til døren", "Ingen bindinger", "Friske og gode råvarer", "Sundhed" og "Madinspiration" (Bilag: Aarstiderne, B). Yderligere har jeg fået adgang til Aarstidernes kundeoversigt og baseret på kundernes registrerede navn, så er fordelingen cirka 75% registrerede kvinder og 25% registrerede mænd både på et nationalt og nordjysk plan, der blot overordnet giver et indblik i kønsfordelingen af Aarstidernes kunder (Bilag: Aarstiderne, C). Der skal naturligvis medtænkes, at flere mænd kan være bruger af måltidskasserne, men blot være registreret under kvindes navn i husstandens bestilling.

Under introduktionen til økologisk forbrug på et nationalt plan og med afsætning i Aarstiderne tegner der sig en tendens til, at økologi er mere populært hos kvinder end mænd. I denne forbindelse undrer jeg mig over, hvilken betydning sociale faktorer såsom produktmarketing, forbrugsvaner og kønsnormer af økologi har af betydning for mandlige forbrugeres syn og forbrugsvalg. Dette vil belyses i det kommende afsnit, hvor forskellige forskningsstudier vil blive præsenteret.

1.4 Litteraturreview

Det kommende afsnit vil præsentere eksisterende forskningsstudier, der er fundet af relevans for at belyse samt erhverve eksisterende viden om nærværende speciales genstandsfelt. Disse forskningsstudier beskæftiger sig blandt andet med økologi som grønt forbrug, mad, køn og maskulinitet. Disse studier bidrager til et overblik over tidligere fokuser, fund og resultater i forbindelse med lignende undersøgelser og udgør samtidigt fundamentet for, hvad dette speciale så specifikt kan bidrage med til feltet.

1.4.1 Grønne forbrugsstudier

De første studier, der er fundet af relevans for nærværende speciale, er forskellige forskningsstudier inden for grønt forbrug. Jeg inddrager disse studier for at give en indikation på, hvordan forbrugerstudier tidligere har undersøgt forbrugernes

forbrugspraksis, samt hvilke begrundelser der ligger bag grønne valg såsom økologi og bæredygtighed.

Grønne forbrugsstudier er som helhed videnskabelige studier på tværs af forskellige fagdiscipliner, der undersøger forbrugernes adfærdsmønstre og bæredygtige valg i hverdagen. En repræsentant for grønne forbrugsstudier er marketingsforskeren James A. Roberts. Han påviser med sit studie, at forbrugernes psykologiske variabler har størst betydning for at prioritere et grønt forbrug. Særligt den psykologiske variabel Perceived Consumer Effectiveness (PCE), der viser, hvor meget den enkelte forbruger tror, at egne forbrugsvaner har af betydning for miljøet og samfundet, har størst betydning for tilvalget af grønt forbrug. Respondenter med et højt niveau af PCE havde ligeledes et højt niveau af Ecologically Conscious Consumer Behaviour (ECCB), der er forbrugernes bæredygtige forbrugsadfærd og ønsket om at vælge en grøn forbrugslivsstil (Roberts 1996:228). Dermed påviste Roberts i en amerikansk kontekst, at psykologiske variable har større betydning end forbrugernes socioøkonomiske baggrund, når det kommer til forbrugernes grønne forbrug. Studiet er sidenhen blevet repliceret i flere omgange.

I 1999 foretog Roberts i samarbejde med marketingsforskeren Robert Straughan et forbrugsstudie på unge amerikanske universitetsstuderende og deres forhold til grønt forbrug (Straughan & Roberts 1999). Deres survey-resultater lignede resultaterne fra Roberts 1996-studie, og Straughan & Roberts understøttede dermed tidligere resultater, om at PCE har en stor betydning for de unge amerikanske universitetsstuderendes bæredygtige forbrugsadfærd samt deres tilvalg af grønt forbrug, og at socioøkonomisk baggrund i mindre grad har betydning for disse valg (Straughan & Roberts 1999:570). Desuden konkluderede de, at den psykologiske variabel altruisme, et moralsk ønske for at fremme andres velfærd (ibid.:561), har den næst største effekt for, at de unge amerikanske studerende træffer et grønt bæredygtigt valg.

Flere forskere (Gary Akehurst, Carolina Afonso, Helena Martins Gonçalves 2012; Hui-hui Zhao, Qian Gao, Yao-ping Wu et al. 2014) har efterfølgende gentestet Roberts studie fra 1996 og 1999 for at undersøge, om resultaterne fortsat er relevante i nutidens samfund. Studierne understøtter Roberts konklusion og resultaterne fra 1996

og 1999, at PCE har en markant betydning for grønt forbrug (Zhao et al. 2014:Akehurst et al. 2012).

Disse grønne forbrugsstudier konkluderer, at der er multiple faktorer i spil, når forbrugeren træffer sine valg, og faktorer som individuelle psykologiske interesser og klimabekymring har stor betydning for et grønt forbrug. Nærværende speciale finder inspiration i disse kvantitative studier, men gør midlertidigt selv brug af kvalitative metoder i anerkendelsen af, at grønt forbrug er mere komplekst end som så. Specialet ønsker dermed at belyse de mange nuancer, der eksisterer inden for begrebet. Hertil er køn ikke tillagt en synderlig betydning i de eksisterende studier af grønt forbrug, men er blot reduceret til en biologisk variabel. Dette speciale positionerer sig derimod med et social konstruktivistisk syn på køn, og køn anses dermed ikke udelukkende som biologisk i dette speciale. Derfor rejses der også spørgsmål om, hvilken betydning køn egentligt har for overvejelser og valg af et grønt forbrug, som ovennævnte studier ikke har belyst.

1.4.2 Kød eller salat? Hvordan køn påvirker forbrug og beslutninger

For at belyse hvordan køn og kønsforestillinger indvirker forbrugernes valg inddrages forbrugsstudier, der har haft fokus på køn og beskæftiger sig med, hvordan kønsforestillinger kan påvirke forbrugere og særligt mænds bæredygtige valg.

Marketingsforskerne David Gal & James Wilkie har ved brug af surveys undersøgt, hvordan mænd og kvinder opfatter forskellige hverdagsobjekter og fænomener såsom farver, forbrugsobjekter og mad afhængig af deres køn (Gal & Wilkie 2010:291). Deres analytiske udgangspunkt for studiet er, at der er objekter, der opfattes som værende enten maskuline eller feminine. Eksempelvis sociale normer omkring farven pink samt salat, der associeres som feminine objekter. Hvorimod mørkeblå objekter, kød og videospil opfattes som maskuline objekter og aktiviteter (ibid.: 291-292). Studiet konkluderer, at mænd er mere sandsynlige end kvinder til at regulere deres forbrugsvalg på baggrund af sociale kønsforestillinger. Deres data viser, at mænd er mere tilbøjelige til at vælge maskuline retter såsom bøf og sovs, dermed fravælger de i højere grad madretter som feminine fx salat (ibid.:293). Desuden påviser deres resultater, at mændenes tilvalg af maskuline retter skyldes, at mænd har et større behov for at opretholde deres maskuline kønsidentitet (Gal & Wilkie 2010: 298).

I 2016 medvirkede Gal & Wilkie i et samarbejde med Aaron Brough, Jingjing Ma og Isaac Mathew S. for at undersøge, hvordan kønsforestillinger påvirker bæredygtige handlinger og holdninger, og særligt hvordan sociale negative kønsforestillinger kan begrænse mænd i at udføre bæredygtige handlinger. Studiet undersøger ved brug af surveys, hvordan sociale kønsstereotyper og kønsnormer påvirker mænd og kvinders bæredygtige forbrugssvaner. Studiet undersøger om, kvinder er mere tilbøjelige til at forbruge bæredygtigt end mænd, samt om mænd er mindre tilbøjelige til at træffe bæredygtige forbrugsvalg (Brough et al. 2016: 568). Deres antagelse er, bæredygtighed og grønt forbrug ofte forbindes med feminine praksisser, og derfor kan dette afholde mænd i at forbruge bæredygtige for at opretholde deres maskulinitet. Antagelsen er i tråd med Gal & Wilkies tidligere studie, at mænd vælger maskuline produkter for fremstå maskuline (Brough et al. 2016:568; Gal & Wilkie 2010: 298). Brough et al.'s studiets resultater bekræfter antagelsen om, at bæredygtigpraksisser anses af informanterne som værende feminine, hvilket kan forklare, at mandlige respondenter potentielt undlader at udøve en bæredygtig livsstil for at undgå at fremstå feminine. På baggrund af studiet, påpeger de, at man kan vende denne udvikling, hvis man bevidst motiverer mænd til at træffe bæredygtige løsninger i form af en bevidst maskulin markedsføring. På baggrund af dette studie argumenteres der således for, at sociale kønsstereotyper og diskursiv fremstilling har en betydning for mænd og kvinders forbrugsvalg, og at det dermed ikke er tilfældigt, hvordan produkter såsom økologiske produkter markedsføres, og at dette har en stor betydning for, hvem der køber produkterne.

De to studier viser kønnets sociale betydning for mænd og kvinders forbrugsbeslutninger, og det er dermed ikke tilfældigt, hvordan produkter kønsfremstilles i medierne for at henvende sig til et specifikt køn. Studiets brug af surveys indfanger nødvendigvis ikke de kvalitative nuancer såsom forbrugernes personlige oplevelser, praksisser eller barrierer i hverdagen. Det er derfor nærliggende at belyse flere studier, som i højere grad fokuserer på, hvordan køn og maskulinitet påvirker madlavning og vice versa i hverdagslivet, samt hvordan kønsforestillinger produceres, reproduceres og legitimerer bestemte kønsroller i forbindelse med madlavningen.

1.4.3 Maskulinitet og mad

Det sidste forskningsperspektiv i dette litteraturreview indeholder en række forskningsstudier, der repræsenterer forskningen indenfor køn og maskulinitet i madlavning, der fokuserer på mad og madlavning som kønnede praksisser.

1.4.3.1 Hummers vs. Tofu

Er mænd i det moderne samfund i krise? Fænomenet "Crisis in Masculinity" centrerer om, hvordan mænd oplever at have mistet indflydelse i det moderne samfund, hvor kvinderne har fået mere indflydelse. Samtidig sker der et opbrud med de traditionelle maskuline værdier og praksisser, der ikke længere i samme grad gør sig gældende (Rogers 2008:285-286). I takt med globaliseringen, kvindernes indflydelse på arbejdsmarkedet og outsourcing af produktionsvirksomheder, mener Rogers, at hvide arbejderklasse-mænd uden for storbyerne oplever en identitetskrise bestående af en følelse af at have mistet deres status og sociale position. Derimod har den civiliserede maskulinitet med et kontorarbejde i storbyerne med fokus på kulturelle ressourcer, intellekt og progressive værdier vundet frem (ibid.). Dette opleves som et brud med den traditionelle arbejderklasse-maskulinitet, der indebar værdier såsom fysisk produktionsarbejde, styrke og '*hegemonisk maskulinitet*', og hvor mændene havde ansvaret som den primære forsørger, mens kvinden var hjemmegående (ibid.:286-287). Rogers bruger begrebet hegemonisk maskulinitet til at forklare, hvordan der er en bestemt type maskulinitet baseret på dominans og udnyttelse af andre maskulinitetstyper (ibid.:282). Maskulinitetskrisen former udgangspunktet for Rogers' undersøgelse, som analyserer, hvordan bestemte virksomheder: El Taco⁵, Hummer⁶ og Burger King⁷ strategisk iscenesætter sine produkter som maskuline for at appellere til de traditionelle hegemoniske maskulinitetsforestillinger hos mandlige forbrugere (ibid.:281). Hummer forsøger at associere sine biler som et hegemonisk maskulint objekt sat i forbindelse med militæret, bøffer og den ikoniske Hollywood filmstjerne Arnold Schwarzenegger. Samtidig opstiller Hummer en dualitet mellem maskulinitet og kød overfor femininitet, der bliver symboliseret gennem økologisk tofu, salat, vegetarisme og miljøbevidsthed (ibid.290-291). Rogers mener, at reklamer forsøger at genoplive og legitimere den hegemoniske maskuline mand i en traditionel kontekst

⁵ El Taco er en amerikansk fastfood kæde med fokus på "mexicansk mad"

⁶ Hummer er et amerikansk bilmærke

⁷ Burger King er en berømt amerikansk burger fastfood kæde.

som den stærke mand. Der hersker en dialektik om hegemonisk maskulint i form af, at en "rigtig" mand spiser bøf, drikker bajer og holder barbecues, hvorimod den diametrale modsætning af en "rigtig mand" er den moderne "bløde" mand som er vegetar, miljøbevidst, spiser økologisk tofu, salater og køber IKEA-møbler. Hermed illegitimeres disse produkter og praksisser som værende feminine, og det bliver således emaskulerende som en mand at gøre og udføre disse praksisser (ibid.:282).

Rogers' studie bidrager til nærværende speciale, dermed med en forståelse af, at sociale forestillinger i reklamer kan reproducere nogle sociale eksisterende fordomme og normer for forskellige maskulinitetspraksisser, og at der eksisterer praksisser, der repræsenterer forskellige maskulinitetspraksisser. Studiet bidrager til en grundlæggende antagelse i undersøgelsen, at der i bestemte sociale grupper hersker bestemte legitime/illegitime kønsnormer af kød, tofu og grill.

1.4.3.2 Foodie som kønnet praksis

"Doing Gender in the Foodie Kitchen"-studiet af Kate Cairns, Josée Johnston og Shyon Bauman har undersøgt, hvordan der eksisterer forskellige kønsroller og måder at gøre køn som en "foodie"⁸ (Cairns et al. 2010:591). Metodisk har Carin et al. interviewet 30 foodies (17 kvinder og 13 mænd) om deres interesse for mad, brug af medieplatforme og deres foodie-praksisser (ibid.:597). Deres resultater påviser, at foodie'erne oplever, at der er en kønsnormativ forventning til, hvordan man performer dét at være foodie afhængigt af, hvorvidt man er en kvindelig/mandlig foodie. Det er eksempelvis legitimt for mandlige foodies at interessere sig og fordybe sig i den gastronomiske faglighed og oplevelse (ibid.:608). Cairn et al. sammenkobler denne gastronomiske interesse med en måde, hvor de mandlige foodies kan fremstille sig som en feinschmecker, der anskuer gastronomi og mad som en æstetisk, og eksperimenterende nydelse (ibid.). Derimod hersker der en normativ forventning om, at kvindelige foodies skal være kontrollerede, når de spiser, at de fremstår "piggish"/svinske og at de møder sociale negative reaktioner, når de spiser store portioner. Hvorimod det er helt socialt acceptabelt samt legitimt, når mændene spiser meget mad (ibid.:600).

⁸ "Foodie" betegner en subkultur/ social praksis, at man har en passion for at spise og fordybe sig i mad (Cairns et al. 2010:592).

Cairn et al. bidrager til en indsigt i, at der er forskellige kønsforventninger til, hvordan man bruger mad som en social praksis, og at der kønsdifferentieres mellem kvinder og mænds måder at performe en praksis som foodie.

1.4.3.3 Madlavning som et kønsdisciplinerings redskab

Ovenstående viser, hvordan der er forskellige kønsforventninger til mænd og kvinder i foodiekulturen og i tv-reklamer, hvilket ligeledes gør sig gældende, når det kommer til, hvordan madlavning anvendes til at illegitimere bestemte former for livsstil, kønsroller og livssyn (Leer 2015:83).

Madforskeren Jonathan Leer viser i et kvalitativt studie, hvordan tv-kokke anvender tv-programmer som en platform til at sammenkoble madlavning og maddannelse som et styringsredskab til at disciplinere og manipulere programmets deltagers " (...) *måde at gøre køn på* (...) " og deres livsstilsvalg (ibid.:98-99). For eksempel anvendes den franske TV-kok Cyril Lignac til at påvise, hvordan Lignac manifesterer sine metroseksuelle-, progressive holdninger og elitære storbylivsstil på sine tre franske traditionelle mandlige deltagere fra landet, som alle tre mener, at madlavning er kvindens opgave (ibid.: 98-99). Lignac kritiserer deres traditionelle lavkulturelle livsstil for at kunne fremhæve sine egne progressive værdier såsom ligestilling og en mere hedonistisk madoplevelse. Dette skal ifølge Leer ses som en måde, hvorpå Lignac manifesterer et " (...) *middelklasse ideal for mad og levevis*" (ibid.:97). Studiet konkluderer, hvordan berømte tv-kokke via deres medieplatform kan legitimere deres egne holdninger, livsstil og maskulinitetspraksis, men omvendt samtidigt illegitimere den traditionelle livsstil og maskulinitetspraksis (ibid.:84).

Leers analyser belyser, hvordan medier, aktører og magt kan reproducere og fremme bestemte sociale normer til kønsroller og måder at være mand og kvinde på. Leer argumenterer på baggrund af at tv-kokkenes disciplinering af programmets deltagere, at madlavning kan manifestere bestemte kønsnormer, holdninger og maskulinitetspraksisser. Desuden viser studiet madsbetydning for, hvordan man kan gøre køn i hverdagen og ens sociale position.

1.4.3.4 Mænd i køkkenet som pligt, ligestilling eller som en leg

I en dansk-norsk kontekst har Helene Aarseth og Marianne Bent Olsen undersøgt, hvordan moderne norske og danske karrieremænd er blevet mere interesseret i madlavning og engagerer sig mere i de huslige pligter, der tidligere har været kvindens domæne (Aarseth & Olsen 2008:277). Metodisk har de interviewet henholdsvis 10 danske og 9 norske par. De har adspurgte, hvordan parrene fordeler og oplever hverdagens opgaver og pligter (ibid.:279). Studiet konkluderer, at der er tre typer af madlavningsstrategier: 1. Madlavning som kvindens ansvar, 2. "con amore" og 3. 'joint-project'. (ibid.:285-286). I den første madlavningsstrategi; *Madlavning som kvindens ansvar*, eksisterer der et narrativ om, at madlavningen forbindes med femininitet og care-giving, dermed forekommer det naturligt, at det er kvinden i familien, der står for madlavningen (ibid.:280-281). Den anden madlavningsstrategi; *Con amore*, kategoriserer en madlavningspraksis, hvor mændene er mere involverede i madlavningen. Disse mænd, som laver 'con amore'- madlavning, forbinder madlavning med deres maskulinitet i form af, at når de skal stå i køkkenet, så bestemmer de maden og har kontrollen. Denne madlavningspraksis forbinder madlavning med nydelse, feinschmeckeri og kærlighed til maden, hvilket er grunden til navngivningen "con amore". Den sidste type af madlavningsstrategi; *Joint-project*, hvor madlavningen ligeligt fordeles mellem manden og kvinden og anses som en fælles opgave i hjemmet. Hermed repræsenterer joint-project som madlavningsstrategi en moderne progressiv ligestilling af huslige pligter i forhold til de to andre (ibid.284).

Aarseth & Olsen konkluderer, at det moderne parforhold har ændret sig i forhold til madlavningen og huslige pligter, og de håber, at denne ligestillingsudvikling i hjemmet kan overføres til mere ligestilling på arbejdsmarkedet. Aarseth & Olsen påpeger dog, at studiets empiri baseres på ressourcestærke karrierepar, der repræsenterer en progressiv minoritet i samfundet og på mange måder symboliserer kønspionerer, Aarseth & Olsen kalder disse for "avantgarde" (ibid.:278;286). Studiet kan tyde på et opgør med de traditionelle kønsroller, hvor køkkenet tidligere var kvindens domæne og ansvar, deltager disse (vel og mærke ressourcestærke) mænd nu mere og mere i madlavningen.

Studiet af Aarseth & Olesen giver en forståelse af, hvordan madlavning kan ses ud fra forskellige strategier, og at der kan være en forandring i måden at anskue mænd og kvinder i køkkenet. Mændene i Aarseth og Olsens studie deler på mange måder karaktertræk med Aarstidernes mandlige kunder, og derfor vil deres analytiske udredning kunne blive perspektiveret til given undersøgelse.

1.5 Videnshul

Ovenstående litteraturgennemgang af eksisterende forskning på området har belyst, hvorledes viden om økologisk forbrug og mad praksisser tidligere videnskabeligt er blevet tilgået. Herigennem blev der naturligvis erhvervet ny viden til det resterende af specialet, men i gennemgangen blev fundamentet for nærværende speciales videnshul ligeledes fundet. Derfor vil følgende afsnit redegøre for, hvorledes dette speciale til dels kan bidrage med ny viden til den eksisterende forskning på området.

De kvantitative 'grønne forbrugsstudier' belyser interessante pointer omkring de psykologiske elementer *PCE* og *altruisme* samt kønsnormer, men studierne anvender udelukkende køn i form af biologisk køn. Dette speciale ønsker ikke at opgøre køn eller maskulinitet som en statisk størrelse, men snarere som noget, der gøres, forhandles og opretholdes i det sociale liv. Derfor vil specialet inddrage kvalitative metoder samt videnskabsteoretiske forståelser, der nuancerer forståelsen af køn, og samtidigt kan belyse de komplekse samspil og nuancer, der forekommer i et spændingsfelt omkring mad, maskulinitet og forbrug.

Leer; (2015) Cairn et. al al (2010); Rogers (2008) påviste i deres respektive studier, hvordan kønsdifferentiering opstår indenfor madlavning og foodiekulturen, og hvordan disse i høj grad er præget af normative kønsforestillinger og normer. Dette speciale ønsker at viderebygge på disse forforståelser, men ønsker dertil at anskue maskulinitet og mad som en praksisform og køn som performativitet. Specialet har særlig fokus på, hvordan maskulinitet, kønsnormer og madlavning kan bidrage til en forståelse af, hvordan disse aspekter kan påvirke mænds tilgange til økologi. Derudover hvordan der kan være forskellige maskuliniteter i madlavning.

1.6 Problemformulering

Det ovenstående *problemfelt* har lagt grund for en undren, nyerhvervet viden samt på vist et videnshul i eksisterende forskning på området. Det har ført til en interesse i at anskue mad som et socialt kønnet fænomen, hvortil jeg er interesseret i at belyse, samt opnå en mere nuanceret viden af netop de mænd, som aktiv tilvælger økologi og Aarstiderne, hvordan deres forståelse og forestilling til økologi og økologisk forbrug i sammenhæng med maskulinitet. På dette grundlag er følgende problemformulering blevet udarbejdet:

Hvordan kan økologisk forbrug forstås som et kønnet fænomen? Og hvordan kan det hjælpe os med at forstå mænds forbrugspraksis i forbindelse med brug af økologi?

Problemformuleringen er formuleret ud fra et ønske om at undersøge, hvordan økologisk forbrug som sociale fænomener kan anskues som kønnet. Hertil er jeg særligt interesseret i at belyse, hvordan der er forskellige måder for mænd at anskue samt anvende økologi og det økologiske forbrug i deres hverdag som en praksis. Jeg tager et empirisk udgangspunkt i Aarstidernes mandlige kunder fra Nordjylland for at undersøge, hvordan deres praksistilgang til madlavning og økologi performs i hverdagen samt i forskellige sociale situationer. Endvidere ønsker jeg at søge en forståelse af, hvordan mændenes økologiske forbrugspraksis kan afspejle forskellige måde at gøre maskulinitetspraksisser.

2.0 Forskningsdesign

Det kommende afsnit vil præsentere specialets overvejelser og valg af forskningsdesign, brugen af den adaptive tilgang og det social konstruktivistiske videnskabsteoriske perspektiv, samt hvilke betydninger dette har haft for udarbejdelsen af undersøgelsen samt fortolkningen af den indsamlede empiri.

2.1 Det teorifortolkende casedesign

I dette speciale anvendes det *teorifortolkende casedesign* som den overordnet forskningsramme for undersøgelsens valg af case, teori, metode og analytiske interesse (Antoft & Salomonsen 2007:31-32). Valget af dette design betyder en anvendelse af *orienterende teorier* som det teoretiske grundlag for undersøgelsen. Ved brugen af det teorifortolkende casestudie er formålet at genere ny empirisk viden af økologi forbrug som en kønnet praksis, samt af Aarstidernes mandlige forbrugeres økologisk forbrugspraksis på baggrund af praksisteoretiske antagelser (ibid.:39). Projektets teoretiske perspektiver har dermed haft en central betydning for undersøgelsens valg af metode, empiri og den analytiske optik. Et eksempel er den udarbejdede interviewguide, der tager sit udgangspunkt i teoretiske antagelser. Det betyder konkret, at '*praksisteori*' og '*kønspersformativitet*' udgør den teoretiske afsætning for interviewfokusset og -spørgsmålene i empiriindsamlingen. På baggrund af problemformuleringen anvendes det teorifortolkende casedesign til at undersøge Aarstidernes mandlige forbrugere for at forstå og udforske, hvordan de bruger Aarstiderne, økologisk forbrug, maskulinitet i hverdagen. Det teorifortolkende design influerer ligeledes de metodiske valg, der er blevet truffet i specialet, dette vil blive nærmere uddybet i 4.0 Metode. I dette speciale er forskningscasen: økologisk forbrug som et kønnet fænomen, og hvordan det kan være en forbrugspraksis. Dette betyder, at undersøgelsens empiriske grundlag er Aarstidernes mandlige kunder, der har dannet den sociale kontekst, som repræsenterer økologisk forbrugs- og maskulinitetspraksisser (ibid.:32).

2.1.1 Designmæssige overvejelser

Den teoretiske ramme anvendes adaptivt for at udforske fænomenet, og derigennem indsamle ny viden og forståelse for, hvordan økologiske moderne mænd indgår, samt gør sociale praksisser i hverdagen i samspil med sociale interaktioner, normer og med

socialiteten (Antoft & Salomonsen 2007:39). Ved brugen af det teorifortolkende design, skal der dog tages forbehold til problematikker såsom at teorien kan medføre et analytisk bias i bearbejdelsen af casen, qua den teoretiske afsætning, der ligger til grund for empiriindsamlingen. Det vil sige, at jeg som undersøger, kan være tilbøjelig til forsømme forskellige alternative teoretiske perspektiver, eftersom den valgte teoretiske ramme udgør udgangspunktet for analysen af det empiriske fund (ibid.:40-41). Dette er en naturlig konsekvens, når man vælger bestemte teorier, at man har en bestemt teoretisk optik, heraf er det vigtigt at være reflekteret over teoriens styrke og begrænsning.

2.2 Adaption

Undersøgelsen anvender en adaptiv tilgang med udgangspunkt i Derek Layders adaptionsteori, der er et videnskabeligt ønske om et brud med dualismen mellem *deduktion* og *induktion* (Layder 1998:111). Layders adaption er et bud på en dynamisk brobyggende tilgang mellem teori og empiri, hvor man kan veksle mellem teori og empiri (Jacobsen 2007:256,). Ifølge Layder er forskning en proces, hvor ens teories relevans hele tiden skal vurdere i forhold til empirien. Dette medbringer en erkendelse af, at undersøgelsen konstant er i en dynamisk proces, hvor de teoretiske antagelser løbende kan revideres eller suppleres med nye teoretiske betragtninger på baggrund af det empiriske fund (Jakobsen 2007:261). Adaptionens dynamiske tilgang muliggør brugen af den sociologiske fantasi for at forstå den sociale virkelighed, hermed undgås det at være teoretisk dogmatisk, som man ville være i den deduktive tilgang, hvor man i højere grad er fastlåst af teorien (ibid.:267).

I denne undersøgelse anvendes '*orienterende begreber*' med udgangspunkt i Layder betyder i undersøgelsen, at begreberne *praksisteori* og *kønssperformativitet* bruges som en teoretisk ressource og optik til mødet med genstandsfeltet og indsamlingen af empiri (Layder 1998:101). De orienterende begreber skal hermed bidrage til en forståelse af Aarstidernes mandlige kunders brug og opfattelse af økologisk forbrug, maskulinitet, interaktioner og normer i et praksisteoretisk perspektiv.

Layders adaptive tilgang harmonerer med det teorifortolkende case design, da teorien anvendes som afsætning for empiriindsamlingen, og dermed er et redskab til at udforske den empiriske viden. Ifølge Layder, er det vigtigt i brugen af adaption at have øje for den sociale kontekst sociale fænomener eller handlinger befinder sig i, som

værende kompleks med multiple faktorer, derfor anbefaler Layder at inddrage et agent-struktur perspektiv til at kunne forstå sociale fænomener (Layder 1998:80;99). Dette har blandt andet været grunden til valget af de orienterende begreber, der begge inddrager et agent- og strukturperspektiv til at forstå informanternes sociale praksisser og performativitet (Reckwitz 2002:256). Dette kan ifølge Layder bidrage til en validering af undersøgelsens orienterende begreber, da teorierne opererer på samme niveau som mit forskningsfokus (Layder 1998:93).

2.3 Videnskabsteoretisk position

I specialet anvendes den '*ontologisk konstruktivisme*' for undersøgelsens erkendelse af den sociale virkelighed, sandhed sociale handlinger. Den ontologiske konstruktivisme anfægter, at vores forståelse af virkeligheden, samfundet og sandhed er socialt konstrueret, og at den social konstruerede virkelighed dermed kan erkendes på baggrund af sociale kollektive dynamikker i form af interaktioner, og socialiseringsprocesser på tværs af agenter og sociale diskurser (Collin 2015:327). Dette betyder, at sandheden og virkeligheden konstitueres socialt af mennesker og samfundet, selvom det kan forekomme naturligt, skyldes det at sociale normer, institutioner og socialt accepterede sandhedsforklaringer er internaliseret og indlejret i den menneskelige bevidsthed som en del af socialiseringsprocessen, i takt med at man indgår i sociale relationer med andre mennesker og samfundet (Collin 1998:41,43). Det ontologiske konstruktivistiske perspektiv på virkeligheden er styrende for, hvorledes denne undersøgelse anskuer virkeligheden. Dermed anser undersøgelsen diskursive meninger, praksisser og interaktioner som værende socialt konstrueret, samt et resultat af sociale dynamiske forhandlinger på tværs af individet og strukturer. Den ontologiske tilgang har hermed en omfattende betydning for, hvorledes jeg erkender og forstår sociale fænomener som "økologi", "køn", "maskulinitet" og "forbrug" som socialt konstrueret af samfundet. Dette stemmer overens med undersøgelsens orienterende teoretiske perspektiver: *praksisteori* og *kønsperspektivitet*. Teorierne abonnerer begge på den social konstruktivistiske virkelighedsopfattelse, og opfatter sociale praksisser, performativitet, køn, maskulinitet/ femininitet osv. som værende skabt og formet af agents sociale handlen og indgåen i sociale praksisser.



Teori

3.0 Teori

I det kommende teori-afsnit vil undersøgelsens teoretiske afsætning blive præsenteret i form af de orienterende teoretiske perspektiver: *'praksisteori'* og *'kønsperformativitet'*. Med den adaptive teorifortolkende casedesign har med den teoretiske afsætning en central betydning for, hvorledes jeg tilgår den sociale virkelighed og mødet med informanterne. Derfor vil det kommende afsnit redegøre for teorierne og deres brug i undersøgelsen.

3.1 Praksisteori og kønsperformativitet

I undersøgelsen anvendes *'praksisteori'* som den teoretiske ramme med et udgangspunkt i Halkier & Jensen og Reckwitzs brug af praksisteori (Halkier & Jensen 2008; Reckwitz 2002). Derudover inddrages West & Zimmermans "Doing Gender" som en del af den teoretiske ramme, der ligeledes abonnerer på praksisteoriens antagelser. Teorierne og særligt begrebet kønsperformativitet bruges til at forstå køn som en praksis, og hvorledes køn gøres i forskellige sociale situationer. I undersøgelsen bruges "at performe" og "performativitet" til at forklare individets ageren og handlen såsom "at praktisere", "gøre", "udføre" osv. Disse perspektiver udgør hermed undersøgelsens teoretiske forståelse af sociale handlinger, interaktioner og normer som social konstrueret i samfundet i sociale interaktioner mellem mennesker.

3.1.1 Social praksis og performativitet

Undersøgelsen har udvalgt praksisteori som en del af den orienterende teoretiske ramme for at muliggøre et analytisk blik på samt forstå menneskers handlinger som sociale praksisser. Heri mere specifikt hvordan mennesker som sociale agenter performer sociale handlinger og aktiviteter i hverdagen (Reckwitz:256-257). Undersøgelsen tager udgangspunkt i Reckwitz' definition af en social praksis:

"A practice (Praktik) is a routinized type of behaviour which consists of several elements, interconnected to one another: forms of bodily activities, forms of mental activities, "things" and their use, a background knowledge in the form of understanding, know-how, states of emotion and motivational knowledge. A practice – a way of cooking, of consuming, of working, of investigating, of taking care of oneself or of other etc."

(Reckwitz 2002:249).

Reckwitz (2002) definerer hermed en social praksis som værende en samlet betegnelse af et bestemt rutinemæssigt mønster bestående af koordinering af fysiske, mentale aktiviteter, objekter, viden og følelser og erfaringer, der gøres i hverdagen. Det skal således forstås som, at sociale praksisser betegner bestemte praksisser såsom madlavning, forbrug, køn og økologisk forbrug, og disse består af en række koordineret og organiseret rutinemæssige elementer (Halkier & Jensen 2008:53). Dette kan forekomme abstrakt, derfor kan det konkretiseres gennem et praksisteoretisk perspektiv, hvor hverdagspraksisser såsom forbrug består af en række rutinemæssige aktiviteter: På et fysisk plan udføres en række bestemte fysiske aktiviteter såsom, at man bevæger sig til supermarkedet, gør sine indkøb og skal sortere eller bearbejde sine varer (ibid.). Simultant foretages der en række mentale aktiviteter, hvor egen forståelse af den sociale virkelighed, præferencer og erfaringer, har indspil i valget af produkter. Desuden består forbrug som en praksis ligeledes af en række andre koordineret rutinemæssige aktiviteter på et emotionelt niveau, hvori følelser influerer ens forbrugsvalg i form af bestemte lyster og følelser knyttet til specifikke produkter, som man plejer at tilvælge. Dertil er det vigtigt at påpege, at en praksis er kun en social praksis, hvis det består af et bestemt sæt af koordineret rutinemæssige fysiske og mentale aktiviteter, desuden er der tale om en social praksis, hvis den er social genkendelig og reproduceres af andre agenter (Reckwitz 2002:250). Sociale praksisser er konstrueret i det sociale, og er med til at konstruere den oplevede sociale virkelighed. Det er dermed kun en social praksis, hvis den er social genkendelig (ibid.:256).

Reckwitz skelner mellem henholdsvis '*social praksis*' og '*performativitet*'. En *social praksis* konstitueres af en række rutinemæssige aktiviteter og performativiteter, udgjort af en række multiple koordineret rutinemæssige aktiviteter på tværs af krop, mentalitet, objekter og følelser i relationer til hinanden, der tilsammen konstituerer en praksis såsom forbrug (ibid.). Vice versa forstås *performativitet* som en konkret situeret enkeltstående handling, tanke eller interaktion. Derfor kan forbrug som eksempel, anses som en social praksis, der består af en række koordineret rutinemæssige performative aktiviteter som indkøb, transport og planlægning (Halkier & Jensen 2008:53). Desuden er sociale praksisser altid i en multi-relationel konfiguration med forskellige praksisser, der interferer med hinanden og påvirker hinanden i hverdagen. Derfor indgår og konstitueres forbrug af en række andre

forskellige praksisser såsom indkøb, arbejde, fritid og andre aspekter i hverdagen, dermed er en praksis som forbrug ikke skal ses isoleret men i relation til andre praksisser, samt hvilken social sammenhæng den er situeret (Halkier & Jensen 2008:53). Derudover skal krop og mentalitet ifølge Reckwitz forstås som holistisk uadskilleligt, og et fundamentalt aspekt for at udføre sociale praksisser (Reckwitz 2002: 252).

3.1.1.1 Sociale praksis som værende rutine og dynamisk

Ovenstående afsnit definerede social praksis og performativitet således som en rutinemæssig del af hverdagen, hertil er det vigtigt at påpege, at sociale praksisser ikke forstås som statiske handlinger. Tværtimod indgår sociale praksisser og performativitet i en social dynamisk kontekst (Halkier & Jensen 2008:55). I denne undersøgelse inddrages Halkier & Jensens praksisteori, der indarbejder Alan Wardes (2005) '*trajectory*'- *pointe*; Praksisser er i konstant forhandling, tilpasning og eksperimentering i hverdagen, da man møder, performer og interagerer med andre sociale aktører. Dette medfører, at man får nye indtryk og viden samt forholder sig til andre aktører, der kan medføre, at man får lyst til at innovere sine praksisser, (Warde 2005:139-145, Halkier & Jensen 2008:55). Praksisteori har et brobyggende mesoperspektiv, og indebærer dermed et agent-struktur perspektiv, derfor skal praksis også ses i lyset af, at makrostrukturer, institutioner og normer påvirker vores praksisser. Dette bidrager til undersøgelsens sociale forståelse af den sociale virkelighed og praksisser således, at vores hverdagspraksisser som for eksempel forbrugs- eller madlavningspraksisser dynamisk ændres gennem tiden på baggrund grund af mindre praktiske tilpasninger på agentniveau (Halkier & Jensen 2008: 55). Derudover kan makro institutionelle dynamiske forandringer på et strukturelt niveau som teknologiske muligheder ifølge Warde medføre forandring af praksisser (ibid.).

3.1.1.2 Mennesker som sociale agenter

Udgangspunktet i Reckwitzs praksisteori anses mennesker som '*sociale agent*', der både er "bærer" og "udøver" af sociale praksisser i den sociale verden, og som indgår samt udfører forskellige sammenkoblede praksisser i det sociale liv såsom arbejde, madlavning og forbrug (Reckwitz 2002:256). Agenter anerkendes som socialt bevidste, der er reflekterende og bruger deres krop og mentale ressourcer til at navigere og performe bestemte aktiviteter i bestemte sociale situationer, og deri

udføre bestemte praksisser. I praksisteori er den sociale virkelighed bestående af et system af social konstruerede normer og orden, hvilket agenterne indgår i og påvirkes af, jævnfør at de indgår og reproducerer praksisser og dermed de herskende normer (Reckwitz 2002:256; Halkier & Jensen 2008:60). Derfor er mennesker som agenter påvirket af sociale praksisser og normer, men samtidig med til at påvirke disse qua, at agenter er en del af den sociale virkelighed i form af indgåen og bæren af praksisser. ” (...) as every agent carries out a multitude of different social practices, the individual is the unique crossing point of practices, of bodily-mental routines” (Reckwitz 2022:256). Reckwitz klargør hermed praksisteoriens position på agenter, at mennesker som agenter og vores performativitet af praksisser skal ses som multiple krydsende praksisser, at vores kropslige- og mentale rutinemæssige handlinger er en manifestation af sociale praksisser (Halkier & Jensen 2008: 60). Praksisteori analyserer derfor ikke individernes subjektive fortolkninger og livsverdensopfattelser (ibid.)

Agent-perspektivet differentierer sig eksempelvis overfor metodologiske individualistiske teorier som '*Rational Choice Theory*'; Mennesket som '*homo economicus*' som værende et rationalt, logisk og nyttemaksimeret menneske, der træffer sociale handlinger på baggrund af egen nytte og rationalitet (Cramer 2002:1847). Tværtimod anfægter praksisteori, at agents sociale handlen består af et samspil af egen performativitet og bevidsthed, samt ydre sociale påvirkning fra andre agenter, sociale situationer og strukturer (Reckwitz 2002: 256). Min praksisteoretiske position adskiller sig fra andre praksisteorier såsom Pierre Bourdieus brug af praksisteori. Bourdieu inddrager i højere grad et magt- og klasseperspektiv med særligt fokus på '*sociale klasser*,' '*smag*,' '*sociale felter*' og '*habitus*' til at forklare agents praksis og performativitet (Bourdieu 1997: 20,24). Sociale klasseposition og habitus har ifølge Bourdieu en stor betydning for agents praksismuligheder og handlinger qua, at sociale ydre elementer som klasse, økonomi og kulturel baggrund influerer ens valg og måde at performe forskellige praksisser og adgang til socialt rum.

Praksisteoriens agentperspektiv betyder, at undersøgelsen anerkender mennesket hverken som *homo economicus* eller strukturelt betinget af klasse, hermed lægges der hverken analytisk blik i praksisteori på individets subjektivitet og livsverden, eller strukturelle eller klasseorienterede forklaringer på social handlen som

diskurs eller habitus (Halkier & Jensen 2008: 60) Derimod vil informanterne opfattes som socialt bevidste agenter, der indgår og udfører praksisser i det sociale rum i samspil med samfundets strukturer.

3.2 Køns og maskulinitet som praksis

For at styrke undersøgelsens adaptive teoretiske ramme til at undersøge problemformuleringen bruges begrebet '*kønsperformativitet*' som et orienterende begreb til at udforske økologisk forbrugspraksis i et kønnet perspektiv. "Doing Gender" af Candance West og Don H. Zimmerman inddrages i undersøgelsen for at forstå køn og kønsnormer som socialt konstruerede fænomener, og hvorledes kønsnormer og maskulinitet påvirker informanternes økologisk forbrugs- og andre hverdagspraksisser.

3.2.1 Sex, kønskategori og gender

'Doing Gender' er et kønsteoretisk bidrag til køn som socialt fænomen, der især bidragede til feltet med terminologier såsom 'sex', 'sex category' og 'gender' (West & Zimmerman 1987:127). 'Sex' defineres som den biologiske kategorisering af køn (ibid.). '*Kønskategori*' (sex category) defineres som en socialkonstruktion bestående af normative koder og forventninger til, hvordan man "bør" gøre sit køn i henhold til samfundets normer og sociale forventninger. Det er således, hvordan man "bør" opføre sig og performe sit køn i henhold til, om man identificerer sig som henholdsvis mand eller kvinde (ibid.:127, 130). Den sidste kønskategori '*gender*' omhandler, hvordan man gør køn som performativitet i et samspil med samfundets normer for passende praksis inden for ens kønskategori i hverdagen (ibid.:127). Teorien bidrager hermed til en teoretisk antagelse i undersøgelsen, at køn anskues som en praksis. Hermed vil der være et fokus på: Hvordan man gør køn og maskulinitet/femininitet i sociale handlinger og i forhandling med samfundets normer og kønskategori i forbindelse med praksisser som økologisk forbrug, madlavning og forbrug.

'*Kønsperformativitet*' anvendes i specialet til at forstå, hvorledes informanter gør køn i konfiguration med forskellige praksisser og performativiteter. Dette anses som et koordineret samspil med sociale elementer såsom samfundets kønskategori, og hvordan de performer varierende maskulinitetspraksisser (ibid.:141). West og Zimmerman anfægter, at kønsforestillinger og kønsperformativitet

internaliseres allerede i barndommen, hvor der reproduceres en kønsdialektik i børneopdragelsen, og der i socialiseringsprocessen indlejres kønsnormative forestillinger om, hvordan børn opdrages til bestemte kønsidealiser såsom, at drenge skal være stærke, omvendt skal piger modtage hjælp og være omsorgsfulde (ibid.:138, 141). Dette afspejler en social konstruktivistisk tilgang, der forstår køn som værende socialt konstrueret, der skabes gennem socialiseringsprocesser. Det er derfor relevant i undersøgelsen at forstå, hvordan informanterne konstituerer køn gennem praksisser og performativitet i deres hverdag.

3.2.2 Sociale agenter som køn

" *We argue that gender is not a set of traits, nor a variable, nor a role, but the product of social doings of some sort*" (West & Zimmerman 1987:129). Med udgangspunkt i dette citat anses køn og maskulinitet i denne undersøgelse som værende sociale konstruktioner, der gøres i hverdagen (ibid.). Køn som en social praksis er aldrig statistisk, men det bliver situeret dynamisk, tilpasses og opretholdes, derfor stopper man aldrig med at forme og performe køn uanset position, sted eller sociale situationer man befinder sig i (ibid.: 139). Med brugen af praksisteori er interaktioner et afgørende element for at forstå hvordan praksisser, normer og køn i kraft af, at agenter produceres og reproduceres praksisser på tværs af agenter og sociale strukturer. Gennem sociale interaktioner i det sociale rum mødes agenter, og bliver heri vurderet og bedømt på, hvorledes agentens køn 'gøres' inden for de socialt legitime normer opsat for passende opførsel for henholdsvis dét køn (ibid.:146). Interaktionen er et socialt element til at opretholde og regulere samfundets normer, og et brud med disse fremsatte normer kan medføre til '*accountability*', hvor man holdes ansvarlig for ens sociale handling i det sociale rum (ibid.:136).

'Accountability' manifesteres i det sociale liv, når der performes en upassende handling/praksis, der ikke er i overensstemmelse med fremsatte normer for dette køn. Dette medfører, at man stilles til regnskab for ens ageren overfor andre agenter i det sociale rum i form af negative kommentarer eller "blikke" (Halkier & Jensen 2008:62). Legitime/illegitime praksisser er socialt situeret, og består af samfundets forståelse af acceptabel praksis, opførsel og værdier, eller de normative værdier i en bestemt social situation. I takt med samfundets normer og praksisser udvikles henover tid, så tilpasses accountability og legitim opførsel i

overensstemmelse med samfundet (ibid.). Det skal dog understreges, at accountability ikke altid er afgørende for om man performer køn, økologisk forbrug eller arbejde i overensstemmelse med samfundets normer, men man kan aldrig undslippe at blive holdt accountable for ens måde at gøre køn (West & Zimmerman 1987:136). Accountability kan betyde, at der eksisterer en frygt for at bryde de normative kønsrammer, hvilket kan begrænse informanternes handlingsmuligheder for at performe køn og mere specifikt maskulinitet. Det betyder ligeledes, at der er normer for, hvad der er socialt legitimt for, hvordan en mand kan performe forskellige praksisser og gøre i det sociale rum uden at blive sanktioneret (West & Zimmerman 1987:134-135).

I West og Zimmermans teori gives der et eksempel med den transkønnede Agnes på, hvordan køn social konstrueres af sociale kønsnormer og performativitet. I forsøget på at fremstille sig som en legitim " (...) 120 procent female (...) " (ibid.) performer hun på en bestemt feminin måde i form af tøjvalg for at manifestere sig som en feminin kvinde i sociale situationer (ibid.). I relation til undersøgelsen betyder det, at interviewene vil have fokus på, hvordan informanterne performer køn på en henholdsvis maskulin/feminin måde. Disse tager udgangspunkt i informanternes egne udsagn om performativiteter og praksisser i forskellige sociale situationer i hverdagen. På baggrund af disse udsagn, vil dette muliggøre adgang til at forstå og udforske, hvordan de selv opfatter eksisterende sociale normer i deres sociale virkelighed, og i samspil med hinanden. Derfor er det væsentligt at have øje for den sociale kontekst i interviewsituationerne, når informanterne fortæller om deres egne, samt generelle praksisser, og hvorledes de anskuer praksisserne som værende legitimt/illegitim afhængig af den specifikke sociale situation. Den sociale interaktion mellem informanterne bidrager til en forståelse af, hvordan den enkelte informant og på tværs af informanterne opfatter forskellige praksisser, da agenter indgår og reproducerer sociale normer og -orden, så afspejler informanternes normative betragtninger ligeledes generelle sociale normer i visse sociale felter. Undersøgelsen bruger hermed kønsperformativitet til belyse, hvordan køn er komplekst og konstitueres i hverdagen. Heri indgår der mange sociale aspekter og påvirkninger i forbindelse med at performe køn, hvor der navigeres mellem forskellige praksisser og performativitet i overensstemmelse med samfundets normer for legitime måder at gøre køn på.

At bestemte sociale praksisformer som køn, maskulinitet og forbrug vurderes som legitim/illegitim funderes på den socialkonstruktivistiske ontologi i teorierne. Heri anses socialiteten og normer som socialt konstrueret og socialt situeret, og sker gennem forhandling og tilpasning i det sociale liv mellem mennesker og strukturer. Dertil er sociale normer afhængige af den sociale kontekst, således kan der være visse praksisser eller handlinger, som anses legitime i én situation, vice versa kan opfattes som illegitime i en anden situation. Kønsperformativitet, accountability og praksisteori fungerer dermed godt med undersøgelsens videnskabsteoretiske tilgang. Således vil informanternes betragtninger, oplevelser og praksisser opfattes som sociale konstruktioner og performances af økologisk forbrugs-, køns-, og maskulinitetspraksis.

3.2.2.1 Kønsteoretisk diskussion

'Doing Gender' baseres konceptuelt på en kønsdualistisk antagelse, hvorved praksisser kategoriseres værende enten maskulin/feminin. Dette har betydet, at den analytiske optik i specialet anvender en kønsteoretisk anskuelse af informanternes performativitet og praksisser ud fra et maskulin/feminin kønsnormativt orienteret ideal. Derudover er maskulinitet i West & Zimmerman aldrig fastdefineret, og i undersøgelsen betyder det, at maskulinitet er meget social bestemt afhængig af praksissen og den sociale kontekst. Derfor kan en begrænsning forekomme på nuancering af forskellige maskulinitetstyper. West & Zimmermans kønsposition som værende køn som en social praksis bestående af social performative aktiviteter, hvilket adskiller sig fra andre maskulinitetsspektiver. Eksempelvis adskiller "Doing Gender" sig fra '*den hegemoniske maskulinitet*' af Raewyn Connell (Connell 2005), der anskuer maskulinitet i en hierarkisk optik bestående af fire maskulinitetstyper: '*hegemonisk maskulinitet*', '*medsammensvorne*', '*de underordnede*' og '*de marginaliseret*'. Hegemonisk maskulinitet er den dominerende maskulinitetspraksis, som dynamisk konstitueres af den eksisterende samfundselites forståelse af dominans og prestige (Connell 2005:77). I Connells hierarkisk strukturelle paradigme positioner den hegemonisk maskulinitet sig som den dominerende maskulinitetstype. Denne maskulinitetstype dominerer de andre maskulinitetstyper og endda kvinder, og der eksisterer derfor interne magtrelation mellem mænd. Hegemonisk maskulinitet skyldes Connells anskuelse af køn som en social struktur formet af sociale institutioner som staten, diskurser og magtrelationer (Connell 2005:73). I modsætning til "Doing

Gender”, hvor der ikke fokuseres på et hierarkisk perspektiv som Connell. Derimod anskuelser køn som en social praksis konstrueres af sociale performative aktiviteter situeret i sociale situationer og via sociale interaktioner med andre agenter (West & Zimmerman 1987:129). Netop derfor vælges kønsperformativitet som en del af den orienterende teori, da der er fokus på køn som performativt situeret i hverdagen.

”Doing gender” fokuserer særligt på, hvordan man gør køn forskelligt, hvorvidt praksisser er maskulin/feminin, men en anden maskulinitetsposition er *’Inclusive masculinities’*, som har et mere nuanceret og moderne bidrag til maskulinitet. Det er et argument for den moderne inklusive mand, som er mindre dominerende, sexistiske og homofobiske end den hegemoniske mand (Anderson & McGuire 2010:258). Hermed adskiller Anderson & McGuire sig fra Connell, da de mener, at mænd ikke nødvendigvis domineres af den hegemoniske mand, hvor der kun hersker én dominerende type (Anderson & McGuire 2010:251). *’Inclusive maskulinitet’* bidrager hermed til en forståelse af moderne mand som værende mere følsomme og empatiske end den hegemoniske mand.

Disse maskuline betragtninger har anderledes positioner end West & Zimmerman, selvom de ikke er en aktiv del af den orientende teoretiske ramme, så bidrager de til forskellige perspektiver af maskulinitet. Valget af West & Zimmermans kønsperformativitet-tilgang skyldes den praksisteoretiske tilgang, at køn og maskulinitet/femininitet er dynamisk og social situeret, og forandres i takt med, at normer og praksisser ændrer sig med tiden.

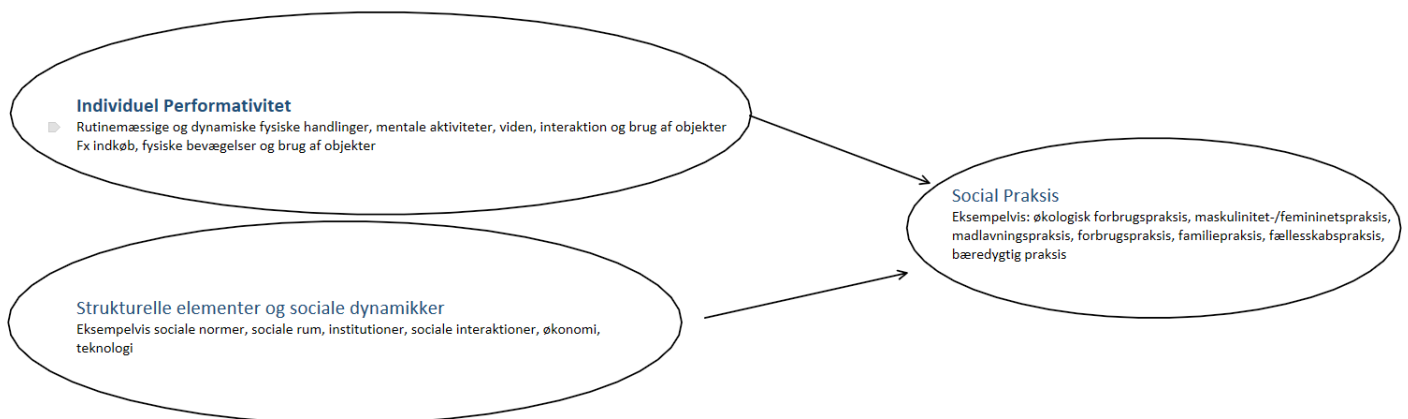
3.3 Opsamling af teori

Teoriafsnittet har redegjort for, hvordan *praksisteori* og *kønsperformativitet* betragter sociale praksisser, sociale handlinger, aktiviteter og køn. Tilsammen udgør de undersøgelsens teoretiske forklaringsramme for at forstå informanternes handlinger, begivenheder og situationer i relation til deres økologiske forbrug i form af Aarstiderne og derudover, brug af Aarstidernes måltidskasse såvel som madlavning i ugens løb, og særligt i hvilke sociale situationer de performer disse på. Der sættes hermed fokus på informanternes praksisser og handlinger, og mindre grad på deres subjektive fortolkninger. Brugen af fokusgruppeinterview forudsætter ligeledes et større fokus på de sociale interaktioner mellem informanterne end den enkelte informant. I forlængelse af dette skal informanternes praksisser, udtalelser i interviewene og

performativitet ligeledes ses i lyset af det kønsperformative-perspektiv. Deres praksisser afspejler nemlig ligeledes deres kønspraksis jævnfør, at man altid gør køn uanset tid, praksis eller situation.

Valget af de to teorier komplimenterer hinanden, da de deler det samme teoretiske grundlag, at praksisser som køn, forbrug, madlavning, økologisk forbrug, maskulinitet m.fl. gøres situeret og gennem interaktion. Desuden anses teorierne køn og praksis som socialt konstrueret af sociale situationer, felter og interaktioner mellem agenter og strukturer. Teorierne abonner ligeledes på en holistisk tilgang til at anskue, informanternes rutiner og måder at udføre forskellige handlinger som madlavning, økologisk forbrug og maskulinitet som værende sociale praksisser og køn, og hvordan praksisserne indgår på tværs af hinanden og er afhængige af hinanden (Halkier & Jensen 2008: 53).

Figuren nedenstående illustrerer, hvordan informanternes praksisser som køn, økologisk forbrug, madlavning og andre hverdagspraksisser konstitueres af individuel performativitet og sociale strukturer.





Metode

4.0 Metode og empiri

Den følgende del af specialet omhandler undersøgelsens empiriske proces, hvor de metodiske valg og overvejelser vil blive præsenteret. Hertil vil rekrutteringsprocessen blive præsenteret, valg af metodiske redskaber samt interviewguide, og slutligt en metodisk diskussion.

4.1 Det kvalitative fokus

I undersøgelsens forskningsdesign er det metodiske grundlag funderet på en teoretisk afsætning med det formål at forstå og forklare problemformuleringen: *Hvordan kan man forstå økologi og økologisk forbrug som et kønnet fænomen? Og hvordan kan det hjælpe os med at forstå mænds forbrugspraksis i forbindelse med brug af økologi?*

Undersøgelsen baseres på den kvalitative sociologiske forskningstilgang som grundlaget for at forstå informanternes sociale ageren indenfor praksis, kønsperformativitet og økologisk forbrug i hverdagen. Den kvalitative praksistilgang bidrager til en metodisk indsamling af informanternes sociale liv og sociale handlen i form af udtalelser, interaktioner og betragtninger i de forskellige interview, for at opnå en kvalitativ viden og et analytisk blik på hverdagens sociale liv og handlen (Halkier & Jensen 2008: 50) for de mandlige brugere af Aarstidernes måltidskasse. Det empiriske grundlag består således af interviews med mandlige kunder af Aarstiderne fordelt ud på: et fokusgruppeinterview med tre mænd, to parinterview med to mandlige kunder og et enkeltpersonsinterview. Interviewenes grundlag er foretaget på baggrund af den samme interviewguide uafhængig af antal informanter.

Tabel 1: Overblik af informanterne og interviewene

Interview	Informanter
<i>Fokusgruppeinterview</i>	Morten, Torben, Rasmus
<i>Parinterview 1</i>	Mads, Claus
<i>Parinterview 2</i>	Anders, Andreas
<i>Enkeltpersonsinterview</i>	Klavs

4.2 Rekrutteringsprocessen

Succeskriteriet for empiriindsamlingen har oprindeligt været at udføre to fokusgruppeinterview med fem-seks informanter i hvert. Praktisk har det dog vist sig at være en anden historie, og har været præget af flere udfordrende faktorer såsom, at det har været svært at rekruttere informanter til interviewene, eftersom der en begrænset population af mandlige Aarstiderne- kunder i Nordjylland.

Rekrutteringsprocessen startede med en geografisk afgrænsning til Nordjylland, dette valg blev truffet på baggrund af praktiske grunde såsom et tidsmæssigt og praktisk udførelses perspektiv. Derefter udsendte min gatekeeper i Aarstiderne, Carsten Dreyer Christensen, der er Chef i Forretningsanalyse, over 100 interne henvendelser til deres mandlige kunder bosat i Nordjylland på vegne af mig. Dette medbragte fem positive tilbagemeldinger. Derudover har jeg valgt strategien: *'snowball-sampling'* i form af, at jeg har brugt mit personlige netværk på Facebook til at søge informanter (Halkier 2008:31), hvilket resulterede i én informant, Mads. Han bor til daglig i Århus, men han deltog i parinterview 2 i Aalborg, og han er fortsat relevant, da han er en mandlig Aarstiderne- kunde. Derudover fik jeg rekrutteret otte mænd til Aarstidernes fællesspisningsevent i Godthåb via ansigt-til-ansigt rekruttering, hvoraf to dog kun har kunne deltage. I første omgang blev der koordineret to fokusgruppeinterviews med tre informanter i det første, og fem informanter i det andet. Desværre kom der løbende afbud fra tre informanter betydende et udkom af ét fokusgruppeinterview med tre informanter og et parinterview med to informanter. Parinterviewet er et resultat af praktiske omstændigheder, hvor jeg dog udførte det på baggrund af samme udarbejdede interviewguide som ved fokusgruppeinterviewet. Dette valg blev truffet, for at sikre validiteten, samt at bibeholde fokuset på interaktionen og en deltagerorienteret samtale. På baggrund af det lave antal informanter foretog jeg endnu en rekrutteringssøgning, hvilket medførte endnu et parinterview samt et enkeltmandsinterview. Informanterne har givet deres samtykke til at bruge deres rigtige navn.

4.3 Fokusgruppeinterview

Den oprindelig metodiske strategi var at bruge det kvalitative fokusgruppeinterview, som kendetegnes som et interview bestående af en gruppe på omkring 3-10 informanter (Halkier 2008:9). Fokusgruppeinterviewets styrke er skabelsen af et

socialt rum, hvor informanterne byder ind og interagerer med egne betragtninger, meningsudveksler og har en tværgående dialog. Dette har til formål at frembringe forskellige sociale meninger, refleksioner og holdninger til forskellige emner, der kan igangsætte diskussioner (Krueger 1988:18). På tværs af de forskellige udførte interviews – på nær enkeltpersonsinterviewet - har interaktionen mellem informanterne været essentielt for at aktivere meningsudvekslinger for at inddrage forskellige nuancerer. Derfor har jeg som undersøger også været mindre i fokus (Halkier 2008:9, 34). Fokusgruppeinterviewet er et oplagt metodisk valg til indsamlingen af empiri især med betragtning af den videnskabsteoretiske ramme og de orienterende teoris forståelsesrammer. Denne type af interview kan nemlig indfange viden om en umiddelbar homogen gruppe, der dog besidder varierende holdninger, opfattelser og måder at bruge økologi og Aarstiderne på i deres hverdag, og derigennem opnå indsigt om, hvordan økologiske mandlige forbrugere performer økologi og maskulinitet i givne sociale situationer (Krueger 1988:29-31).

Fokusgruppeinterviewet muliggjorde at der blev skabt et socialt rum med plads til sociale forhandlinger på tværs af informanterne. Dette har muliggjort at indfange de sociale mønstre, normer og praksisformer der forekommer indenfor dette felt, eftersom at informanterne i interviewsituationerne har kunne bidrage og diskutere internt med forskelligartet beretninger, synspunkter og opfattelser af deres hverdagspraksisser og vurderinger med hinanden. Dette resulterede i tværgående diskussioner, hvor polariserende opfattelser og/eller konsensus blev tydeliggjort (Halkier 2008:8). Gennem interviewene blev der spurgt ind til, hvordan informanterne individuelt og i samspil med de andre opfatter og gør sociale praksisser og aktiviteter, og hvorledes disse anses som legitime/illegitime sociale normer i deres hverdag og i samfundet (Halkier 2008:13).

4.3.1 Moderator

I interviewene har jeg påtaget rollen som 'moderatoren', der faciliterer spørgsmålene samt understøtter samtals flow ved, for eksempel, at lade deltagerne få plads og tid til at svare, og mulighed for egne spontane inputs internt mellem informanterne (Halkier 2008:48). Moderatorens rolle er at skabe de mest optimale rammer for informanterne ved at skabe en afslappet uformel stemning, inddrage informanterne i samtalerne og så vidt muligt holde samtalen inden for tematikkerne (ibid.:50). Dette er

blandt andet gjort ved at forklare interviewets formål, lave jokes eller tydeliggøre, at der er en respekt i rummet og derfor er plads til forskellige synspunkter og praksisser (Krueger 1988: 73).

4.3.2 Den sociale interaktion i interviewene

Den sociale interaktion i fokusgruppe- og parinterviewene har givet adgang til kvalitativ indsigt i deres egne udførsler af sociale praksisser i relation til økologi og måltidskassen, samt de variationer i opfattelser, synspunkter og oplevelser, der eksisterer blandt informanterne. Den metodiske strategi, der er udviklet på baggrund af min teoretiske operationalisering, har været at opnå en viden om, hvordan informanterne i deres dagligdag navigerer hverdagspraksisser. Det kan deres rutinemæssige praksisser som økologisk forbrug, Årstiderne, madlavning, maskulinitet osv. samt hvordan de indgår i sociale relationer (Halkier 2008:10).

Interaktionen har bidraget med en kvalitativ indsigt i deres små tilpasninger af forskellige praksisser og aktiviteter i hverdagen såsom, hvordan de koordinerer og tilpasser sig i en hektisk hverdag med familie, børn og arbejde (ibid.:14). De sociale interaktioner i interviewene giver adgang til forskellige syn og personlige perspektiver gennem de sociale forhandlinger der foregår mellem mændene. Interviewene giver plads til at diskutere forskellige opfattelser af normer, praksisser og legitimitet, og skaber dermed grobund for forskellige positionelle diskussioner (ibid.:14). Informanternes personlige bidrag og diskussioner er essentielle for at forstå, hvordan økologiske mandlige forbrugere gør og udøver forskellige praksisser og deres normative opfattelser, hvilket er i tråd med den praksisteoretiske optik i undersøgelsen. Fokus på interaktionen er essentiel med den social konstruktivistiske position in mente, da den sociale virkelighed heri anses som socialt konstrueret, og blandt andet konstitueres af sociale interaktioner mellem mennesker. Dermed anskues den sociale virkelighed i undersøgelsen som eksisterende og reproducerende af social handlen og interaktion (Collins 1998:52).

Interviewsituationen og interaktionen heri blev udført med tanke i en semistruktureret tilgang, der besad en balancegang mellem brugen af den udarbejdede interviewguide med forberedte temaer og spørgsmål, og spontane diskussioner (Halkier 2008:38). Tilgangen danner rammen for, at informanterne har interageret med hinanden og spontant adspurgt, kommenteret og diskuteret med

hinanden. Der blev derved givet plads til spontane diskussioner af emner, der føles af relevans. Dette kan medføre i empiriske og kvalitative nuanceringer i kraft af, at der kommer forskellige positioner og perspektiver til diverse tematikker i interviewet, samt indsigt i hvordan forskellige mænd performer økologisk forbrug, køn og maskulinitet (ibid.).

4.4 Operationalisering

Undersøgelsens forskningsdesign baseres på en empirisk indsamling funderet på en teoretisk afsætning. Det har derfor været væsentligt at operationalisere teoriens begreber, så at sige, at omsætte teorien til konkrete interviewspørgsmål, der specifikt kan opsøge holdninger og perspektiver om informanternes praksis, maskulinitet og økologisk forbrugspraksis (Riis 2005:35-36). Dette sikrer, at interviewene i sidste ende kan belyse teorierne og den opstillede problemformulering. Operationaliseringen er dermed en essentiel forudsætning for undersøgelsens validitet.

4.4.1 Operationalisering af praksisteori

Operationaliseringen af praksisteori centrerer særligt omkring informanternes faste vaner, handlinger, begrundelser af aktiviteter, betragtninger og praksisser i deres hverdag. Dette kan være, hvilken type måltidskasse de bestiller, deres økologiske forbrug og madlavning i ugens løb, og hvordan de koordinerer disse med andre praksisser som arbejdsliv, familie og fritid. Formålet med operationaliseringen af praksisteori har således været at få indsigt i deres rutiner, dynamiske tilpasninger og økologisk forbrug i deres hverdag. Dertil hvordan de performer og indgår i forskellige praksisser i hverdagen, og hvordan det har indvirkning på deres økologiske forbrugspraksis.

4.4.2 Operationalisering af kønsteori

Specialet undersøger køn som en performativitet med udgangspunkt i West & Zimmermans opstillede teori, der argumenterer, at man altid køn uanset situation, kontekst eller praksis. Set i lyset af dette, kan alle mine spørgsmål og svar anskues som måder at gøre køn på, eller som afspejling af eksisterende kønsnormer. Derfor er der i undersøgelsen fokus på, hvordan informanterne holdes accountable i forhold til deres køn, når de performer forskellige praksisser. Deri hvilke sociale reaktioner de oplever i forhold til deres køn og maskulinitet i forbindelse med deres vaner og livsstil

som for eksempel, deres økologiske forbrug. Nedenstående tabel er et uddrag fra interviewguiden, der eksemplificerer, hvorledes West og Zimmermans teoretiske begreb er blevet operationaliseret til en konkret tematik og spørgsmål. Der spørges indtil, hvorvidt mændene ændrer deres madpraksis i mødet med andre mænd for at undersøge, hvorvidt økologi anses som legitim/illegitim til disse situationer. Dette er en måde hvorpå, det kan belyses, hvorledes mændenes madlavningspraksis kan variere afhængig af den sociale situation.

Tabel 3: Uddrag fra interviewguide

Tema:	Forskningsspørgsmål:	Interviewsspørgsmål:
Kønsperformativitet og økologi	Hvordan oplever deltagerne selv de sociale normer og kønskategoriske forventninger til økologi og måltidskasserne i forhold til en mand?	Hvordan er jeres økologiske vaner, når I har mandlige gæster på besøg eller besøger dem? Spiser I også økologi – fx til fodbold, film eller festlige arrangementer som grill?

4.4.3 Diskussion af operationalisering

Emner som maskulinitet, normer, forbrug og tabuer kan være prekære emner og en udfordring at få italesat. Strategien har været, at deres udsagn om egne daglige handlinger, vaner og praksisser latent belyser deres opfattelse af maskulinitetspraksis, legitimitet og normer i interviewene. For at spørge ind til prekære emner, tog jeg udgangspunkt i konkrete oplevelser som, hvordan informanterne har oplevet folks reaktioner til deres tilvalg af økologi, eller hvordan de snakker om Aarstiderne og deres madlavning med deres venner og kollegaer. At snakke om køn og maskulinitet kan være abstrakte begreber og kan derfor være svære at sætte ord på i en forsamling af fremmede. Derfor blev der stillet projekterende spørgsmål for bedre at kunne berøre samt belyse disse aspekter. For eksempel blev der lavet et power point slide til interviewene bestående af kendte danske mænd og deres madlavnings- og økologiske forbrugspraksis. Dette har været en måde at projektere informanternes syn på maskulinitet, madlavning og økologi, uden at de har skulle tage direkte stilling til deres eget liv.

4.5 Interviewguide

Et centralt metodisk redskab til indsamlingen af empirien har været interviewguiden, der har haft til formål at strukturere rammen for tematikker og spørgsmål i de forskellige interview (Riis 2005:112). Som tidligere nævnt, tager undersøgelsen et udgangspunkt i et adaptivt teorifortolkende forskningsdesign. Dette design valg har sat rammen for den empiriske indsamling, og har derfor naturligvis haft indvirkning på både udarbejdelsen af interviewguiden, de spørgsmål og tematikker deri, samt den indsamlede data. Forskningsspørgsmålene heri er dermed teoretisk funderede, og operationaliseret til konkrete og almen formuleret spørgsmål. Den udarbejdede interviewguide kan ses i det vedlagte bilag; Interviewguide.

Interviewguiden har sikret, at informanterne på tværs af interviewene overordnet er blevet adspurgt de samme spørgsmål, hvilket har højnet den empiriske validitet. Det metodiske formål har dog ikke været at følge guiden systematisk og dogmatisk, da interviewene har taget udgangspunkt i en semistruktureret tilgang (Halkier 2008:38-39), og dermed forholdt sig åben overfor ny frembragte emner. Det betyder naturligvis, at der er en variation af indholdet i de forskellige interview qua forskellige samtaleemner grunden spontaniteten. Desuden har interviewguiden medvirket til en tydelig gennemsigtighed i form af mine dokumentationer af, hvordan jeg har indsamlet empirisk data og særligt på hvilket grundlag for at styrke den interne validitet. Afslutningsvis har jeg vedlagt lydfileerne fra interviewene samt transskriberingerne for at sikre en højnet validitet (Halkier 2008:109).

4.5.1 Interviewtemaer

Alle interviewene blev startet med en præsentation af mig selv, formålet med interviewet og navnepræsentationsrunde for at "bryde isen" og lette stemningen, samt invitation til indledende spørgsmål (Halkier 2002:51-52). Efterfølgende blev der spurgt ind til den første tematik: *Økologisk forbrugspraksis*. Disse spørgsmål blev formet på baggrund af den teoretiske operationalisering af praksisteori, og belyser deltagernes hverdagspraksis, og hvorvidt økologi er en del af disse. Den anden tematik var: *Kønsperformativitet*, hvor forskningsspørgsmål var; *"Hvordan de gør deres køn og maskulinitet i forbindelse med mad, Aarstiderne og økologi?"* og, *"Hvilke sociale normer og kønsforventninger de har til økologi og måltidskasserne?"* Derudover er der blevet spurgt ind til, hvilke reaktioner de har oplevet i sociale interaktioner, når de har

fortalt om deres måltidskasser- og økologiske praksis. Afslutningsvis blev der spurgt ind til tematikken; *Bæredygtighedspraksis*, og hvorvidt de anser deres økologiske forbrug eller måltidskasserne som en måde at performe en bæredygtig praksis.

4.5.2 Brugen af mandetyper

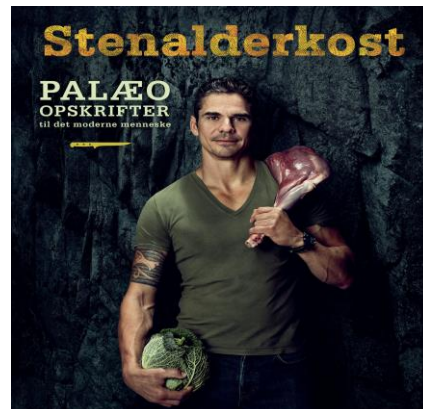
I interviewene berøres prekære emner som maskulinitet, dét at være en "rigtig" mand og forskellige maskuline idealer i samfundet, der som nævnt, kan være udfordrende at indfange empirisk viden om. Derfor blev der anvendt seks konstruerede mandetyper som et redskab og tema i interviewene. Disse blev konstrueret på baggrund af en kombination af teori, review-artikler og sociale antagelser i samfundet, og repræsenterer nogle karikerede ekstremer. Der blev dertil i interviewsituationen brugt et PowerPoint-slide med billeder, citater og videoklip af forskellige mænd. Dette blev anvendt som et visuelt redskab, for at få deltagerne til at reflektere og diskutere forskellige kønsnormer, og betragtninger af forskellige maskulinitetspraksisser i nutidens samfund. Det udarbejdet PowerPoint er vedhæftet som bilag.

Illustration 1 af de seks mandetyper,

Thomas Rode

Den sundhedsorienteret og trænet mand.

Beskrivelse: TV-kok, forfatter til Stenalderkosten, fremviser sin træning på de sociale medier (thomasrodeblog.com).



Casper Christensen

Den kreative urbane økologiske veganer mand

Beskrivelse: Komiker, TV-personlighed, investor i Simplefeast, veganer (Elmstrøm 2019: finans.dk)



Anders Mogenthaller

Den politiske og klima bevidste økologiske mand

Beskrivelse: Tegner, debattør, vegetar, TV-personlighed (Heide 2018: DR),



Brødrene Price

Den gastronomiske mand med kærlighed til mad, sovs og gastronomisk viden

Beskrivelse: TV-værter i programmet: "Spise med Price". To mænd som laver traditionelle og gastronomiske retter i tv'et. (DR: Spice med Price)



Dennis Okkerstrøm

Den grillbar glade man med stor kærlighed til bøfsandwich

Beskrivelse: En mand der anmelder grillbar-mad, bøfsandwich med sovs på sin YouTube kanal: Tour de Grillbar. (Tour de Grillbar)



Et hypotetisk selvlavet eksempel: "Den almindelige mand"

Hverdagsmanden

Beskrivelse: Manden som arbejder og har travlt i hverdagen med at hente børnene og lave mad. Mad ses som en praktisk opgave og ikke et projekt.

Mandetyperne er konstrueret som idealtyper, og dermed skal de eksemplificerede mænd anses som en karikeret forenkling af forskellige måder disse mænd performer madlavningspraksis (Swedberg 2018:184). Mit rationale for brugen af Thomas Rode skyldes hans selvpromovering af sundhed, stenalderkost, crossfit og madlavning på de sociale medier, derfor fremstår han som en trænet og sundhedsorienteret mand. Casper Christensen er valgt på baggrund af sin økologiske, veganske og urbane livsstil, og hans personificering som en markant økologisk forbruger (Økologisk Landsforening 2017; Thomas Bøker Lund et al. 2011). Dertil tilføjes Anders Morgenthaller, som repræsenterer en bæredygtig og klimaorienteret livsstil, da han er aktiv i klimadebatterne i medierne. Brødrene Price personificerer mænd med fascination og kærlighed til mad (DR: Spice med Price), og de repræsenterer både 'con amore' og tv-kokkens indflydelse (Aarseth & Olesen 2008; Leer 2014). Derudover anvendes Youtuberen og Grillbar-anmelderen Dennis Okkerstrøm, der elsker bøfsandwich og hotdogs. Hans livsstil og madpraksis minder om Leers analyse af de traditionelle franske mænd (Leer 2015:98-99). Den sidste idealtipe har været tiltænkt som en øvelse, hvor informanterne har kunne reflektere over, deres egne hverdagspraksisser omkring madlavning, familie og arbejde.

Mandetyperne kan dog siges at have medført et naturlig bias i de udførte interviews, da det kan diskuteres, at disse har influeret og formet informanternes svar

og måderne hvorpå mænd, maskulinitet og madlavning blev italesat. Omvendt har mandetyperne dog bidraget til et fælles sprog og referenceramme, der i høj grad har givet informanterne ressourcer til at sætte ord på eksempelvis forskellige maskulinitetspraksisser, samt hvilke typer mænd de anser som værende legitime/illegitime i samfundet.

4.6 Metodisk diskussion

Afslutningsvis vil jeg gerne reflektere og diskutere den metodiske proces såsom styrker, begrænsning og validitetsovervejelser.

4.6.1 Metodisk diskussion af fokusgruppeinterviewet

I undersøgelsen er der foretaget en række aktive metodiske til- og fravalg. I brugen af fokusgruppeinterviewet er informanternes subjektivitet, fortolkninger og livsverdensopfattelse ikke blevet prioriteret, eftersom at fokuset i højere grad har været på gruppeinteraktionen mellem informanterne med fokus på forskellige meninger og betragtninger af sociale praksisser og fænomener i en social sammenhæng (Halkier 2008:13). Særligt interaktionen i interviewene har været i fokus og bidraget til et blik i, hvordan forskellige informanter opfatter samfundet og normer, og diskussioner af informanternes forskellige sociale opfattelser for at undersøge deres specifikke praksisser.

Fokusgruppeinterview og parinterview indebærer sociale biasser såsom social kontrol og gruppe-effekt som konsekvens af den sociale interaktion (Halkier 2008:13-15). Interaktionen kan medføre, at informanterne bliver selvrefleksive og selvbevidste. Dette kan betyde, at informanterne kan have begrænset eller modereret deres umiddelbare betragtninger af bestemte oplevelser eller praksisser for at undgå negative sociale reaktioner fra, samt for at blive accepteret af, de andre tilstedeværende informanter og mig (ibid.:13-14). For at imødekomme dette har jeg forsøgt at få deltagerne til at slappe af og være trygge i rummet ved at klargøre, at ingen bliver bedømt på baggrund af deres udtalelser, hermed kan informanterne have haft mere lyst til at dele deres "ærlige" meninger og holdninger. Dette har været afgørende for interviewforløbene og empiriens validitet i kraft af, at jeg hermed har opnået en viden baseret på valide forudsætninger og sandfærdige besvarelser. Det er en uundgåelig faktor i interviews generelt, da mennesker er socialt bevidste agenter i

en opstillet social kunstig situation sammen med undersøgeren og andre informanter. Det har derfor været essentielt at forholde sig reflektivt til dette i processen (Halkier 2008: 14).

4.6.2 Metodisk refleksion af interviewforløbet

Rekrutteringen og interviewprocessen har naturligvis ikke været optimal med bortfald og manglende interesse, derfor er det nærliggende at reflektere over processen for at være transparent. Det har naturligvis haft en betydning for og indvirkning på den indsamlede empiri med bortfald og et få antal af informanter. Det har uden tvivl medført, at den dynamiske gruppeinteraktion ikke har været, som oprindeligt planlagt med en begrænset mængde af varierende meninger og diskussioner, end hvis der havde været 5-10 informanter. Omvendt kan ulempen med store grupper være en undergruppe-interaktion, hvor nogle deltagere grupperer sig efter holdninger, eller enkelte deltagere dominerer samtalen på bekostningen af majoriteten af informanterne (Halkier 2008:34). Dette kan argumenteres for ikke at have været gældende i mine interviews, da samtalerne kan karakteriseres som meget intime. Der har været tid til at fortælle om deres praksisser, betragtninger og normative opfattelser i hverdagen. Hermed argumenterer jeg for, at mine interviews har haft en kvalitativ dybde, og interaktionen mellem informanterne har været præget af personlige perspektiver. Den "intime" tryghed mellem informanterne kan have medvirket til en nemmere deling af personlige aspekter, da informanterne har fået tid til at lære hinanden at kende. Uanset om der har været to eller tre informanter, har jeg udført det på samme måde med udgangspunkt i interviewguiden, interaktion og ageret som moderator. På grund af antallet af informanter har jeg som moderator haft en mere fremtrædende rolle end tiltænkt, hvor jeg blandt andet har haft mere tid til at stille konkrete spørgsmål end, hvis der havde været flere deltagere (ibid.:60).

Mit enkelpersonsinterview adskiller sig fra de resterende interviews, jævnfør at der heri ikke var interaktion med andre informanter. Fordelen har vist sig en dybere indsigt i informantens praksisformer og performativitet. Klavs' indsigt og meninger har stadig sin relevans for undersøgelsen på trods af den manglende interaktion, da det som nævnt i en praktiskteoretisk optik ikke er informantens livsverden, der er i fokus, men derimod dennes praksis og performativitet. Uanset interviewtype har det været

essentielt at have samme interviewfokus i form af den samme interviewguide for at fastholde interviewets validitet og reliabilitet.

Analyse



5.1 Analysestrategien

Undersøgelsens analyse er opdelt i to dele; en indledende empirisk analyse og praksisidealttype-analyse. Den første del af analysen er en introducerende empirisk analyse af informanterne, der indebærer en præsentation af grundene til valget af Aarstiderne, samt deres socioøkonomiske baggrund (familie, alder, bopæl, uddannelsesniveau/erhverv). Den anden del af analysen er brugen af praksisidealtyper. Formålet er at påvise, hvordan informanterne indgår i forskellige sociale praksisser i hverdagen, og desuden hvorledes sociale situationer påvirker deres økologiske forbrug. Brugen af praksisidealtyper et adaptivt ønske om at udforske empiren og vise analytisk, hvordan forskellige økologisk forbrugs- og madlavningspraksis i konfiguration med andre praksisser performs og gøres i forskellige sociale kontekster og situationer. Dertil hvordan økologi til dels kan anskues som et kønnet fænomen og konnotation af forskellige maskulinitetspraksisser og kønsnormer.

5.2 Empirisk analyse

Den empiriske analyse fungerer som en kort individuel gennemgang af de otte informanter; deres baggrund, motiver og valg af Aarstiderne samt økologiske forbrugsmønstre på baggrund af transskriberingerne og i form af mailudveksling. Denne baggrundsviden af informanterne bidrager til en forståelse af den kontekst, som informanterne indgår i til daglig og deres sociale position. Dette er en grund præmis for at forstå agenternes praksisformer, qua at den sociale kontekst påvirker valg, interaktion og udførsel af praksisser i hverdagen.

5.2.1 Præsentation af informanterne

Tabel 5: Oversigt over informanter

Interview	Antal informanter
Fokusgruppeinterview	Morten, Torben, Rasmus
Parinterview 1	Mads , Claus
Parinterview 2	Anders , Andreas
Enkeltpersonsinterview	Klavs

Rasmus: 35 år, Nibe (Aalborg), Purchasing Manager i Vestas. LowCarbkassen, to år med måltidskassen.

Rasmus bor i Nibe med sin kone og datter på to år, og har hovedansvaret for madlavningen derhjemme, mens konen henter datteren, vasker og rydder op i huset. Rasmus får LowCarbkassen⁹ til fem dage om ugen, og den fungerer som en essentielt praktisk forudsætning for at få koordineringen i hjemmet til at gå op i hverdagen, særligt fordi Rasmus kører til Århus hver dag. Dertil er Rasmus den eneste informant, der yderligere tilvælger Aarstidernes frugtkasse hver uge. Interviewet med Rasmus giver indtrykket af, at han og familien har økonomisk frihed qua arbejdet i Vestas, konens indtjening og deres forbrugsmønstre generelt. Derfor befinder han sig i en situation, hvor det økonomisk er muligt at kunne vælge både Aarstidernes måltids- og frugtkasse hver uge.

Torben: 54 år, Støvring (Aalborg), HR-konsulent i Vurderingsstyrelsen, vegetar-/veganerkassen, to år med måltidskassen.

Torben bor med sin kone, og de har sammen to voksne døtre, der begge er flyttet hjemmefra. I fritiden dyrker han gerne fysisk aktivitet såsom cykling, og han har blandt andet deltaget i et cykelløb i de franske bjerge. Torben fortæller, at tilvalget af Aarstiderne for to år siden skyldes et ønske om få madinspiration, mere økologi og en nemmere hverdag. Madlavningsfordelingen er lige opdelt i hverdagen, hvor konen og Torben skiftes til at stå for aftensmaden (Interview 1:10). Torben og konen tilvælger enten veganer¹⁰/vegetarkassen¹¹ fire dage om ugen. Madlavning i familien har altid bestået af økologi og grøntsager, og det var således ikke den store omvæltning at begynde at abonnere på Aarstiderne. Torben fortæller ikke direkte om sin økonomiske situation, men han giver løbende indtryk af, at han og konen har økonomisk frihed til

⁹ LowCarbkassen er baseret på palæokost; fokus på grøntsager, kød og fisk samt krydderier og andre smagsgivere. Desuden er der ingen kulhydrater såsom ris, pasta, linser og kikærter samt kartofler (Aarstiderne: lowcarbkassen).

¹⁰ Veganerkassen: En måltidskasse med kun vegansk mad (Aarstiderne: veganske måltidskasse).

¹¹ Vegetarkassen: En måltidskasse med spændende vegetariske retter (Aarstiderne: vegetarkassen).

at kunne abonnere på Aarstiderne, såvel som at tilvælge andre kvalitetsprodukter såsom dyre vine og rejser.

Morten: 34 år, Aalborg, HF-studerende. KvikKassen siden december 2018.

Morten er den eneste informant, der er fortsat i gang med sin uddannelse og er den eneste, der bor alene. Hermed er han også den informant med færrest ressourcer iblandt informanterne, da han lever på en SU. Morten har valgt at abonnere på Aarstiderne og KvikKassen¹², fordi det er praktisk og gør hverdagen nemmere, da madlavningen kun tager 30 min at lave. Ifølge Morten skyldes valget af måltidskassen et manglende overskud i hverdagen, men i weekenderne nyder han at lave spændende madprojekter til sine venner og kæreste.

Mads: 32 år, Århus, freelancer webudvikler. SlankeKassen, to-tre år med måltidskassen.

Mads bor i Århus med sin forlovede, og sammen abonnerer de på SlankeKassen¹³, som de modtager til fem dage om ugen, hver anden uge. Mads bor til daglig i Århus, men han deltog i parinterviewet i Aalborg, og jeg har rekrutteret ham via mit personlige netværk. De har modtaget måltidskasser fra Aarstiderne i de sidste to-tre år, og har i tidens løb skiftet mellem flere af måltidskasserne. Mads har valgt Aarstiderne på grund af "convenience", da han har en omskiftelig arbejdsrutine som freelancer (Interview 2:3;11). I weekenderne kan han dog godt lide at bruge tid på at lave mad, hvor han udtrykker en nydelse for at lave spændende og eksotiske retter som fx Coq Au Lait, japansk okonomiyaki og den jødisk ret sek suka (ibid.:7). Når det kommer til madlavning, fortæller Mads at madlavningen er ligeligt fordelt i hjemmet mellem ham og hans forlovede (ibid.:3). Mads betegner sit forhold til økologi som værende ikke krakilsk, dog foretrækker han konsekvent økologisk mælk, smør og æg (Interview 2:7;10).

¹² KvikKassen: Måltidskassen som kan tilberedes på 30 minutter. Kendetegnet af nemme retter med fokus på grøntsager, samt fisk og kød (Aarstiderne: KvikKassen).

¹³ SlankeKassen: Kassen indeholder varierede kaloriefattige måltider med det formål at bidrage til en fedtfattig livsstil (Aarstiderne: SlankeKassen).

Claus: 36 år, Aalborg, cand.pæd. filosof og underviser på lærerseminariet på UCN. Børnefamiliekassen, fire år med måltidskassen.

Claus bor med sin kæreste og søn på tre år. I hverdagen står Claus for madlavningen i hjemmet, og det siger han skyldes, at Aarstiderne har givet ham lysten til at lave mad, hvorimod det tidligere var "træls" (Interview 2:4). Familien modtager Børnefamiliekassen¹⁴ fire dage om ugen, hver anden uge, og det gør hverdagen nemmere, fordi han ikke skal tage stilling til forskellige faktorer såsom indkøb. Valget af Aarstiderne skyldes flere grunde, blandt andet at det er en økologisk, klimavenlig og praktisk løsning i en hektisk hverdag med arbejde og familieliv. Dertil befinder familien sig nu i en økonomisk situation, hvor de har økonomisk rådighed til at kunne abonnere på Aarstiderne (ibid.:2), da de inden de fik deres to fuldtidsstillinger måtte afmelde det. Valget af Aarstiderne, mener Claus, hovedsageligt skyldes kæresten der fik overtalt ham til at prøve det, selvom han syntes, at det var dyrt, men kæresten havde det afgørende mandat i parforholdet (ibid.:30).

Andreas: 33 år, Aalborg, flyveleder i Aalborg. LowCarb-/Flexitarkassen, to år med måltidskassen.

Andreas bor med sin kæreste, og afventer sit første barn til oktober. De har varierende arbejdstider afhængigt af arbejdsplanen, og forsøger derfor i fællesskab at koordinere aftensmaden, så de kan købe ind og lave aftensmaden sammen (Interview 3:6). De modtager enten LowCarb-/ Flexitarkassen tre – fem dage om ugen, hver anden uge, hovedsageligt fordi at parret gerne vil prøve nye madopskrifter. Andreas har siden han var barn prioriteret økologi, eftersom at hans forældre var meget økologisk orienteret, og økologi har dermed altid været en naturlig del af hans forbrugspraksis (ibid.:8). Valget af Aarstiderne skyldes et ønske om økologi, sundhed og madoplevelser, men Andreas fortæller med et glimt i øjet, at det reelt er kæresten der træffer beslutningerne i hjemmet, når det kommer til maden (ibid.:43). Andreas giver indtryk af, at han positionerer sig i en fornuftig økonomisk situation, og at han har økonomisk frihed med plads til rejser, restaurantbesøg og vin.

¹⁴ Børnefamiliekassen er baseret på nemme retter, som appellerer til børn og voksne, der indeholder masser af grøntsager og kød samt fisk (Aarstiderne: Børnefamiliekassen).

Anders: 44 år, Aalborg, faglærer på Aalborg Tech College. Børnefamiliekassen, ni år med måltidskassen.

Anders bor sammen med sin kone og deres tre børn. De modtager Børnefamiliekassen hver uge, fem dage om ugen, da det giver praktisk mening for dem (Interview 3:36). De har abonneret på Aarstiderne i skiftende perioder siden 2010 al afhængig af deres økonomiske situation. Indkøb i Anders' familie foregår gerne i store mængder, der købes fx 15 liter mælk, når de handler ind om søndagen (ibid.:6). Arbejdsfordelingen i køkkenet er primært, at konen laver maden, men Aarstiderne har dog medført, at Anders er begyndt at tage større del i madlavningen (ibid.:2). Anders giver indtrykket af, at økonomi spiller en stor rolle i familiens beslutninger, og madbudgettet fylder en del i husholdningsbudgettet (ibid.:7). Økonomien betyder, at de skifter mellem at modtage måltidskasserne afhængig af den økonomiske situation i hjemmet.

Klavs: 54 år, Godthåb (Aalborg), ingeniør i MTH. Verdenskassen, ét år med måltidskassen.

Klavs og konen har begge en travl hverdag med arbejde og fritidsaktiviteter såsom cykling. Klavs står ifølge ham selv primært for madlavning i familien i hverdagen, når de modtager Verdenskassen¹⁵ tre dage om ugen. Klavs kører meget rundt i Jylland i forbindelse med sit arbejde for MT Højgård, og hermed er Aarstiderne en vigtig, praktisk forudsætning for hverdagen (Klavs:2-3). Klavs har altid været madinteresseret og særlig glad for sin Weber-grill. Han søger endda inspiration i forskellige kogebøger og af forskellige tv-kokke, hvilket er grunden til valget af Verdenskassen qua nye madoplevelser (Klavs:9-10). Klavs udtrykker, at konen og han begge har fuldtidsarbejde, tid og ressourcer til forskellige fritidsaktiviteter i hverdagen og på baggrund af dette, antager jeg, at de befinder sig i økonomisk gunstig situation.

5.2.1.1 Opsamling af informanterne

Overordnet set har informanterne forskellige individuelle hverdagspraksisser og forbrugspræferencer, men der kendetegnes alligevel et overordnet socialt mønster hos informanterne med bestemte sociale fællestræk. På baggrund af de udførte

¹⁵ Verdenskassen: En måltidskasse med fokus på forskellige eksotiske egnsretter fra hele verden, og en kassen med henblik på at give nye smagsoplevelser (Aarstiderne: verdenskassen).

interviews er der tale om mænd, der udtrykker en stor interesse for økologi, mad og klima, der lægger vægt på deres værdier, samfundsdebatten og økologi i deres forbrugspraksis. Dertil må det antages, at informanterne gerne spiser måltider domineret af grøntsager med henblik på at Aarstidernes koncept funderes i måltider domineret af økologiske grøntsager (Aarstiderne: Vision). Informanternes baggrund deler mange ligheder med den generelle forståelse af den økologiske bevidste forbrugere med udgangspunkt i Danmarks Statistik, Økologisk Landsforening (2017) og Thomas Bøker Lund et. al (2011). Eftersom alle informanter – på nær Morten – har gennemført en videregående uddannelse, har økonomisk overskud, har enten ingen børn eller småbørn derhjemme, og er bosat i urbane områder, der stemmer overens med Thomas Bøker Lund et al. (2011:22) lignende resultater.

Det overordnede billede, der tegner sig af informanterne, kan anskues som en gruppe af økologiske positive forbrugere med en høj socioøkonomisk baggrund, hvilket er repræsentativ for Aarstidernes kunder som nævnt i problemfeltet. Med dette i mente er der en erkendelse af, at informanterne repræsenterer en bestemt social gruppe, og praksisidealtyperne er påvirket af deres sociale position og praksisser.

5.3 Analyse del 2: Præsentation af praksisidealtyperne

Denne del af analysen omhandler praksisidealtyper, der er inspireret særligt af studierne udarbejdet af Halkier & Jensen (2008) og Halkier (2009). I alt vil der blive præsenteret 4 praksistyper, der er udarbejdet på baggrund af empirien med det formål at påvise, hvordan informanterne bruger økologi og Aarstiderne forskelligt i praksisser såsom madlavning, maskulinitet og forbrug. Særligt madlavning bruges som et fælles omdrejningspunkt i de forskellige typer for at påvise, hvordan økologiske fødevarer og maskulinitet gøres forskelligt afhængig af de sociale situationer og relationer. Praksistyperne der er blevet udviklet er: 1) *Gastroma(n)dspraksis*, 2) *Helsema(n)dspraksissen*, 3) *Protestma(n)dspraksis*, og 4) *Den grønne ma(n)dspraksis*.

Praksisidealtyperne bruges som et analytisk redskab til at fremhæve empirien og vise specifikke praksis-karakteristikar. Disse skal ses som forenkling af empirien og sociale konstruktioner (Swedberg 2018:184), og er en sammenfatning af empirien for at fremhæve, hvordan økologi, Aarstiderne og madlavning varierer afhængigt af

situationen, samt hvordan køn og maskulinitet manifesterer sig i de enkelte praksisser. Praksisidealtyperne er inspireret af teorien, litteraturreviewet, sociale forestillinger og det empiriske materiale. Endvidere konstituerer praksisteori og kønsperformativitet den teoretiske ramme for praksisidealtyperne til at analysere og udforske de empiriske fund. Desuden skal det understreges, at praksisidealtyperne ikke begrænses til den enkelte informant. Da undersøgelsen med udgangspunkt i praksisteori ikke er interesseret i det enkelte individets subjektivitet, men sociale praksisser på tværs af informanter, således kan informanterne performe de forskellige praksisser afhængig af konteksten. Derfor lægges der fokus på sociale praksisser, performativitet og normer på tværs af informanterne, og der vil blive brugt citater fra de forskellige informanter til at illustrere praksisidealtyperne (Halkier 2009:364-365).

5.3.1 Gastroma(n)dspraksis

" (...) Jeg laver tit mad i weekenderne, og jeg kan godt lide at lave mad, når man har god tid til det. Jeg eksperimenterer (red.med) det, og jeg følger sjældent en opskrift, og jeg kan godt lide at gå ud fra en opskrift men ændre den." (Torben, Interview 1:10).

5.3.1.1 Introduktion til gastroma(n)dspraksissen

Den første udviklet idealtipe *'gastroma(n)dspraksissen'* handler om en madlavning med fokus på madkærlighed ved brugen af bestemte kvalitetsfødevarer såsom økologi, Aarstiderne, eksotiske råvarer, specialøl og kød. Rationalet for idealtypen er inspireret af litteraturreview-studierne med fokus på *'con-amore'* (Aarseth & Olesen 2008), samt hvordan objekter som kød, grill og madkærlighed indgår som en manifestering af maskulinitet (Leer 2015, Rogers 2008). Endvidere er den inspireret af interviewene samt power point-slidet.

Tanken bag gastroma(n)dspraksissen i et praksisteoretisk perspektiv er at vise, hvordan madlavning og mad med brug af bestemte produkter som økologi laves ud af en kærlig- og en hedonistisk passioneret tilgang, altså en stræben efter at maden både skal smage godt, laves med omhu og af kvalitet. Grundlaget er, at denne madlavningstype kræver, at man fordyber sig, eksperimenterer og tager sig tid, når man skal kreere spændende madretter. Det indebærer, at udøveren af praksissen formår at koordinere mellem en række faste og dynamiske aktiviteter og handlinger i forbindelse med madlavningen, for eksempel et bestemt forbrug af kvalitetsråvarer og

en fysisk tilstedeværelse i køkkenet. Hertil spiller Aarstidernes måltidskasser en afgørende rolle, da det er en kilde til økologiske fødevarer, eksotiske krydderier og som inspirationskilde. Denne praksisform gør sig gældende for alle informanter på tværs af interviewene, og alle genkender madlavning baseret på fordybelse, kvalitet og nydelse.

I en praksisteoretisk optik fordrer praksissen, at man evner at navigere og koordinere mellem forskellige kropslige-, mentale- og videns aktiviteter. For at opnå en gastronomisk oplevelse udover det sædvanlige, foretages der bestemte aktiviteter såsom, at man afsætter flere timer og endda dage til fysisk at være i køkkenet for at tilberede maden. Empirisk ses det hos Torben, der kan bruge hele weekenden på at lave mad; *"Jeg laver tit mad i weekenderne, og jeg kan godt lide at lave mad, når man har god tid til det (...)"* (Interview 1:2). Endvidere handler det at sætte en ære i selve tilberedningen og bearbejdelsen af råvarerne ved, at man køber bestemte "rigtige" kvalitetsprodukter som specielle urter, økologiske friske salater, eller at man selv har skudt dyret og tilbereder det (Interview 3: 17). Disse anstrengelser skal ses i lyset af, at det er en del af praksissen, at man søger at opnå et måltid udover det sædvanlige og gerne forsøger at være ekstravagant ved for eksempel at skyde sit eget kød, alt sammen for at opnå nydelse.

5.3.1.2 Det kræver madengagement at lave madkunst

Mantraet for gastroma(n)dspraksissen kan opsummeres på baggrund af informanterne således; "God mad" tager tid, og det kræver, at man investerer energi og tid til at købe ind og tilberede maden. Det kan være at beskæftige sig med grillen og holde øje med maden, således at kødet opnår den optimale tilstand eller at bruge 12 timer på at intervalstege kødet (Morten, interview 1:27). Dette ses eksempelvis hos Klavs; *"Madkunst er mad, som er sundt og smager godt, og det bare spiller. Ja, noget mad som tager lang tid at lave, hvor man har lavet det fra bunden af."* (Klavs: 13). Citatet underbygger, at madlavning i denne praksis anses som madkunst, når maden laves fra bunden af, hvilket værdsættes højt og som en legitim madlavning. Madnydelsen består nemlig af, at fødevarerne og tilberedelsen gøres ud fra et engagement, omhyggelighed og en kælen som en fast del, når der laves mad.

Madengagement er således en central del af gastroma(n)dspraksissen, fordi der kæles for detaljerne, når der skal laves "god" mad, og det indebærer nemlig

"det rigtige tilbehør". Ifølge Klavs kan det være: " (...) *Gode (red. økologiske) kartofler og god øl, ja (...) God bøf og pølser, det må jeg nok erkende, og jeg har en svaghed for pølser. Typisk en kraftig tyk pølse med en god smag i.*" (Klavs: 17-18). Klavs' pointe demonstrerer, at madnydelse i gastroma(n)dspraksissen forudsætter et fokus på kvalitetsprodukter, og derfor indebærer en bestemt forbrugspraksis i form af, at det anses som legitimt, at der vælges kvalitetsvarer, når man performer gastroma(n)dspraksis. Hermed er bestemte ingredienser, performativitet i køkkenet og forbrugspraksis anset af Klavs som en forudsætning for at lave gastromad eller "madkunst", der er udover det sædvanlige. Udover de fysiske handlinger som at være i køkkenet eller købe ind, handler det også om det mentale såsom at udfolde sin gastronomiske viden for at kunne vælge det "rigtige tilbehør" til det "rigtige mad". Eksempelvis er det afgørende for Klavs at tilegne sig madinspiration for at udvide sin madlavningspraksis, derfor ynder Klavs at læse kogebøger som godnat-læsning, samt at søge madinspiration gennem sine kokke-idoler som Jamie Oliver og Thomas Rode (Klavs:9).

Det kræver hermed en række bestemte aktiviteter og handlinger at performe gastroma(n)dspraksissen og at opnå en madnydelse. Det kræver, at man koordinerer forskellige praksisser såsom forbrugs-, madlavnings- og fritidspraksis i overensstemmelse, således at man får planlagt at købe de "rigtige kvalitetsprodukter". Det kan være økologiske kartofler, et godt stykke kød eller en god øl, samt at man sætter tid af til at kunne tilberede maden i køkkenet. Det forekommer hermed, at økologi og Aarstidernes måltidskasser indgår i denne sammenhæng som et nydelseselement og en del af "god" mad.

5.3.1.3 "Weekendmad" som gastroma(n)dens frirum

Det er særligt interessant at belyse, hvilke situationer og sammenhænge gastroma(n)dspraksissen bliver situeret i, her lægger informanterne særlig vægt på, at praksissen særligt performs i weekenderne. Informanterne oplever nemlig at have et frirum, tid og ressourcer i weekenden til at udføre forskellige gastronomiske projekter. Flere anfægter en latent betingelse om ubegrænset mængde tid, økonomi og fred til at kunne opnå den optimale gastroma(n)dsoplevelse. "*Jeg laver tit mad i weekenderne, og jeg kan godt lide at lave mad, når man har god tid til det. Jeg eksperimenterer det, og jeg følger sjældent en opskrift, og jeg kan godt lide at gå ud*

fra en opskrift men ændre den" (Torben, Interview 1:10). Her nævner Torben i forlængelse af sin passion for madlavning, at disse madeksperimenteringer kræver tid til at udføre de forskellige fysiske handlinger og aktiviteter i køkkenet samt mentale overvejelser for at kunne udfolde sin madviden og interesse. Dette underbygger mantraet om, at "god mad" kræver tid og engagement. Informanterne fremhæver weekenden som det ideelle tidspunkt for at udføre gastroma(n)dspraksissen, så derfor vælger jeg at kalde denne form for madlavning for "weekendmad". Det kan eksempelvis involvere brugen af specifikke faste objekter såsom Webergrillen, der forekommer som informanternes foretrukne madlavningsredskab til at kunne udføre weekendmad. Når Rasmus skal performe "weekendmad", så tændes grillen, og der laves for eksempel en lækker økologisk kyllingeret med grøntsager (ibid.:11). Andre informanter som Klavs og Torben tager også deres grill i brug, når der skal laves gastroma(n)d (Klavs:17, Interview 1:7).

Et andet eksempel på madeksperimentering er eksempelvis, når Claus laver sin "speltotto" med økologiske speltkerner og nyder en specialøl til maden, når han skal lave en lækker risotto med masser af parmesan (Interview 2:34). Speltottoen i relation til gastroma(n)dspraksis illustrerer en dynamisk måde at eksperimentere med sin madlavning og i dette tilfælde brugen af økologisk spelt og risotto. Speltotto skabes i en koordinering af forskellige aktiviteter, såsom Claus' madviden og knowhow inden for gastronomi til at kunne eksperimentere med den klassiske risotto-ret med en dynamisk improvisation.

Antitesen til "weekendmad" er ifølge informanterne "hverdagsmad". *"For mig er Aarstiderne hverdagsmad, og det at lave noget mad selv er "det nye", hvilket var omvendt tidligere. (...) men i weekenderne laver vi noget, alle kan lide, og vi tilpasser os lidt mere."* (Interview1:35). Rasmus fortæller, at måltiderne fra Aarstiderne opfattes som "hverdagsmad", hvorimod det er i weekenderne, der er tid til at lave spændende mad på grillen, hvilket er en opfattelse, der ligeledes deles af Morten (interview 1:10). Differentieringen af "hverdags-" og "weekendmad" skal i et praksisteoretisk perspektiv ses som en diametral modsætning. Ifølge informanterne er hverdagsmadlavning en nødvendighed bestående af hurtige aktiviteter i køkkenet uden den samme mængde kærlighed (Interview 1: 35).

Afsnittet viser her, hvordan informanterne performer gastroma(n)dspraksis særligt i weekenden, hvor der sættes tid af til at udfolde og udforske deres madviden, og der bruges gerne det "rigtige udstyr" såsom grillen for at gøre maden spændende. En del af engagementet i gastroma(n)dspraksissen er ligeledes at have sine "følelser med i køkkenet" i form af kærligheden for maden.

5.3.1.4 Herreaftener som maskulin frirum

Den kommende del af analysen af gastroma(n)dspraksissen har særlig fokus på praksissen i sociale sammenhænge og som en kønnet praksis, og særligt hvordan gastroma(n)dspraksissen bliver situeret i maskuline fællesskaber til herreaftener. I interviewene spørges der ind til en "herreaften" ment som en aften med vennerne, men det viser sig, at "herreaften" fremkalder en række sociale associationer iblandt informanterne. Derfor vil afsnittet belyse, hvordan informanterne sammen konstruerer "herreaftener" som værende en social unik maskulin begivenhed.

På baggrund af informanterne manifesteres en "herreaften" som et frirum for disse mænd, hvor der er plads til god mad, og hvor der nærmest eksisterer et mantra om, at der ikke skal spares på hverken maden eller drikkelserne, da nydelse og velvære sættes i højsædet. Dette kan eksempelvis ses, når Andreas inviterer sine rugbydrenge til en herreaften. Han fortæller, hvordan han ikke sparer på kvaliteten og særligt ikke på maden, når han arrangerer herreaftener: *"Jeg havde købt bajer og burger og det hele! Det var hjemmelavet! Hjemmebagte boller, hjemmesyltet rødløg, men det var stadigvæk en stor beskidt burger og masser af bajer"* (Interview 3: 37). Dertil skal det nævnes, at kødet og bollerne var økologiske, bajerne var specialøl, og menuen den pågældende aften afspejler, at Andreas ikke sparer på kvaliteten eller detaljerne, når han performer gastroma(n)dspraksissen til sine herreaftener. Citatet vidner om, hvordan Andreas ønsker at fremstille sig som en god vært, som ikke begrænser sig, når han inviterer sine venner til mad. Derimod havde han serveret billige øl og " (...) dinosaur-nuggets [red. fryse børnenuggets], så ville folk kigge lidt" (Interview 3: 38). Citatet vidner om, at det ikke ville være prestigefyldt, hvis Andreas havde sparet på madkvaliteten, og at han vil blive holdt accountable af sine venner i form deres blikke. Situationen underbygger betydningen af, gastromanden som en feinschmecker har øje for detaljerne, der afsætter tiden af til at lave maden fra bunden for at opnå den optimale madoplevelse.

I forlængelse af dette skal den "beskidte burger" ses som en ironisk joke: " (...) *invitationen var, at formålet var et stykke "politisk ukorrekt kød", simpelthen for at være lidt trods*" (ibid.). Andreas forklarer, at burger, øl og "politisk ukorrekt kød" skal ses som en intern maskulin joke i gruppen, fordi en herreaften skal forstås som et maskulint frirum med plads til "politisk ukorrekthed" og drillerier mellem mænd. Politisk ukorrekthed og kød kan ses i en bredere social kontekst som belyst i Rogers (2008), som traditionelle maskuline konnotationer, hvor "mænd kan være mænd". Herreaftener i relationer til gastroma(n)dspraksis fremstår som en social begivenhed, hvor mændene ønsker at lave kvalitetsmad, hvilket medfører en kvalitetsbestemt forbrugspraksis bestående af specialøl, økologisk kød og ikke forarbejdede produkter men mad "fra bunden" i ønsket om at opnå den optimale madnydelsesoplevelse og godt værtskab.

5.3.1.5 Kød, bøf og maskulinitet

(...) *Hvis det er en "herreaften", så tænker jeg, at der skal være noget ordentligt rødt. Så skal vi have noget ordentligt kød, og det er et sted lidt fjollet, men det sidder bare i mig, tror jeg (...) der er kødet, som er det, vi snakker om*" (Morten, interview 1:33-34).

Overstående citat fra Morten belyser et aspekt, der er blevet italesat på tværs af alle interviewene. En italesættelse af en normativ forventning om, at der skal være kød og gerne være et ordentligt stykke "rødt kød" til disse herreaftener (Andreas, Interview 3: 31, Torben, interview 1: 32). Denne kød- fetichering på tværs af interviewene viser, at der til herreaftener afspejler sig en traditionel maskulinitetspraksis, hvor der er en traditionel opdeling af bøf og øl som maskulint og legitimt, hvorimod salat og vegetar anses som feminint og illegitimt, hvilket er en pointe, som påvises i Gal & Wilkie (2010) og Rogers (2008) -studier. Derfor vil der i det kommende afsnit være særlig fokus på kødets betydning for gastroma(n)dspraksissen og særligt til disse herreaftener for at belyse, hvilken maskulinitetspraksis der gør sig gældende.

Kødets betydning til herreaftenerne diskuteres blandt andet af Mads og Claus, der begge anser store mængder kød og øl, hvilket kan være økologisk eller ej, som værende en rituel del af en legitim herreaften. " (Claus:) *Sovs og kød (...) ja, et stort stykke kød, eller noget kødfyldt ret. Det kan godt være en gryderet med masser af kød. (...) (Mads:) Eller chili con carne. (Claus) Ja! Det kan sagtens være, bare der er masser af kød*" (Interview 2: 33). Citatet illustrerer samtalen mellem dem og deres

normative forventninger til den rituelle madlavningspraksis til en typisk herreaften. Her fremhæver de særligt køddominerede retter, som anses for maskulin, derimod betegner de sushi som en feminin ret og *"tøse-fast food"* (Interview 2:33). I denne kontekst opstilles en kønsdualitisk opdeling af mad, dermed vil feminin mad såsom sushi og salat anses som illegitime retter til en herreaften (ibid.). Gennem samtalen positioneres økologi som dualistisk, hvori økologi fremstår maskulin i en kødkonfiguration, og omvendt fremstår feminint i konfiguration med salat, vegetarret og sushi.

Det er tydeligt på tværs af interviewene, at kød indgår som en central del af deres konstruktion af herreaftener, derfor spørger jeg, hvorvidt informanterne mener, at vegetarretter såsom bulgursalat vil være legitimt mad til herreaftener. Dette medførte hånende grin af flere informanter blandt andet af Klavs, som sarkastisk svarede; *"NEJ! Det vil vi ikke. Det er for at slippe for den vrælen bagefter (haha)."* (Klavs:17). Ifølge Klavs og de andre informanter vil retter som bulgursalat eller vegetarretter forekomme illegitimt, da det anses som en modsætning til kød og hermed et brud med de faste praksisser til en herreaften. Anders pointerer endda, hvorledes vegetarretter kan opfattes som en trussel blandt mænd. Anders: *"Jeg tror sgu, at mænd bliver truet på deres identitet, fordi de skal forholde sig til vegetar. Vi er så enkle"* (Interview 3:34). Citatet afspejler, hvor essentielt kød er i disse maskuline fællesskaber, fordi kød afspejler den traditionelle maskuline identitet. Dette bliver ligeledes evident hos Claus, der sagtens kan performe en progressiv maskulinitetspraksis bestående af en økologisk vegetarisk ret som speltotto, der er i opposition med den traditionel maskulinitetspraksis jævnfør fravalget af kød. Han påpeger dog, at den økologiske speltotto i sin vennekreds vil opfattes som en feminin ret, fordi spelt ifølge Claus associeres feminint og som noget, der gøres i *"mødre gruppen"* (Interview 2: 34), altså at spelt anses som en ultrafeminint performativitet. Dermed forekommer det lidt svært at servere speltotto til Claus' herreaftener.

Mændene konstituerer en gruppe af urbane mandlige økologiske forbrugere, der kendetegnes som værende økologisk interessererede og økologisk grøntsagsspisende. Det er derfor bemærkningsværdigt, at disse mænd indgår i sociale praksisser som herreaftener konstitueret af en traditionel maskulin madkultur med masser af kød og øl, hvorimod grøntsager fremkalder kritik og *"vrælen"*. På baggrund af interviewene er der tydelige fællestræk med Rogers (2008), Leer (2014)

og Gal & Wilkie (2010), der ligeledes fandt, at kødet forbindes som en tradition maskulin markør. Herreaften som en social situation afspejler, hvorledes der eksisterer bestemte sociale kønsnormer for legitim praksis for disse mænd. Hvormed der hersker bestemte maskuline madretter, hvorimod man kan blive holdt accountable ved et brud på disse ved eksempelvis at servere vegetarretter.

5.3.1.6 Opsamling af gastroma(n)dspraksissen

Overordnet kendetegnes gastroma(n)dspraksissen som en praksis, hvori madlavning og økologi gøres som madeksperimentering og nydelse, som udføres af bestemte rutinemæssige koordineringer af handlinger såsom, at man kropsligt dedikerer tid til maden, bruger sin madviden samt materielle ressourcer som en Webergrill og kvalitetsråvarer som økologi. Det er særligt i situationer såsom weekenden eller til herreaftener, hvor informanterne performer denne madlavning og eksperimenterer i køkkenet. Det er væsentligt at påpege, at økologisk forbrug i denne praksis indgår som en nydelse, da det fremstår som kvalitet og indgår i madeksperimenteringerne. Gastroma(n)dspraksis har særlig fokus på kvalitet, der i konfiguration med forbrugspraksis medfører køb af dyre fødevarer som kvalitetskød, ikke forarbejdet fødevarer og specialøl, eftersom man ikke går ned på kvalitet. Det kan medføre til accountability og negative blikke, hvis man som vært ikke formår at udføre "god mad" bestående af kvalitet og nydelse eller en vegetarret til en herreaften.

5.3.2 Helsema(n)dspraksis

Økologi og særligt Aarstiderne brandes som det sunde valg, og det er ofte en vigtige begrundelse for at købe det (Økologisk Landsforening 2017; Aarstiderne.dk). Derfor har det været nærliggende at undersøge, hvorledes informanterne anskuer netop dette perspektiv. Dette lægger til grund for *helsema(n)dspraksis*; en praksis bestående af fokus på sundhed, træning og kontrol over kroppen i hverdagen. Hertil indtager økologi og Aarstiderne en central del af praksissen jævnfør, at mad og økologi indgår som en forudsætning og ressource for at leve sundt, og der er tale om mad såsom økologiske grøntsager, mindre fedt, Lowcarb og grove produkter. Derudover forudsætter det en rutinemæssig mental selvkontrol til at kunne regulere egen kost ved at afvige usunde fristelser.

Helsema(n)dspraksissen konstituerer et særligt stort fokus på at optimere kroppen via en række af faste sundhedsaktiviteter som en fast sund kostplan bestående af økologiske grøntsager, afvise usund mad og inddrage træning/fysiske aktivitet som en naturlig del af hverdagen. Foruden de fysiske handlinger kræves mentale aktiviteter i form af faglig viden, selvkontrol og knowhow, som indebærer aktiviteter som viden inden for fysiologi, kost og træning. Hermed kræves et samspil mellem kroppen og det mentale i hverdagen for at udøve helsema(n)dspraksissen. Informanterne, som udøver praksissen, fortæller, at økologi indgår som en essentiel del af kosten som i "LowCarbkassen" eller "slankekassen", hvilket har en central betydning for deres performen af helsema(n)dspraksissen, da det er et middel til at få en sundere kost.

Andreas, som abonner på LowCarbkassen, fortæller om betydningen af en sund kost for sin træning. " (...) *Jeg kan godt forlige mig med træning, fordi jeg træner meget selv. Jeg har også set vigtigheden i at have "brændstof" til kroppen, og jeg har set, hvilke valg man skal tage (...)*" (Interview 3:20). Herigennem ses det, hvordan helsema(n)dspraksissen gøres gennem træning kombineret med "LowCarbkassen" bestående af en bestemt økologisk madlavning konstitueret af grøntsager, kød og et begrænset mængde kulhydrater. Dette er en grundlæggende del af Andreas' hverdagsrutine for at have "brændstof" til kroppen for at kunne yde optimalt i henhold til at opnå en sund krop. Særligt kroppen centrerer i praksissen såsom, at mændene hele tiden forholder sig til, hvad der er bedst for kroppen, eksempelvis bruger Andreas primært cyklen til og fra arbejdet pga. sundhed (ibid.:42). Andreas' praksisser påviser kroppens betydning i form at regelmæssigt at aktivere den ved at træne eller cykle i hverdagen. Et element i praksissen er den rutinemæssig emotionelle oplevelse, der sker i forbindelse med træning/fysisk aktivitet, da træning giver en lykkefølelse (*'runner's high'*), når man udfordrer sin krop og opnår succesoplevelser (Boecker 2008:2528). Eksempelvis oplever Torben enorm glæde ved at træne: " (...) *jeg elsker faktisk at træne, (...) Det er vigtigt at have fokus og drive på noget over lang tid som fx ½ år.*" (Interview 1: 28).

I hverdagen indgår helsema(n)dspraksissen i konfiguration med en række hverdagspraksisser. Ifølge Andreas har helsema(n)dspraksissen forandret morgenmads-ordningen på sin arbejdsplads, der tidligere bestod af " (...) *8 rundstykker og én brunsviger og én pakke smør*" (ibid.:17). Det har dog ændret sig,

og morgenmadsordningen er i dag blevet mere sund. ” (...) *Vi andre (red. De unge kollegaer) tager skyr og noget groft, og det er blevet anderledes, og vi har brudt med de gamle vaner. Jeg er begyndt tænke mere over ernæring og sundhed, hvad der er i produkterne.*” (ibid.: 17). Andreas’ beretning konnoterer, hvorledes helsema(n)dspraksissen gøres på arbejdspladsen. Det viser en dynamisk tilpasning af morgenmadsordningen, hvordan Andreas’ praksis har påvirket forbrugspraksissen på arbejdspladsen gennem interaktion med sine kollegaer, hvor der i dag lægges mere fokus på helse og sundhed.

Helsema(n)dspraksissen handler ikke kun egen sundhed, men det kan indgå i konfiguration med blandt andet opdragelsespraksis, eksempelvis skyldes Rasmus’ valg af ”LowCarbkassen”, at økologiske grøntsager og sundhed bliver en markant del af sin datters opdragelse. I takt med at økologiske fødevarer indgår i måltiderne, fører dette til, at datteren opdrages til at spise økologisk og sundt, dermed bliver helsema(n)dspraksissen en del af hendes hverdag (Interview 1: 3-4). Rasmus og Andreas’ eksempler viser omfanget af helsema(n)dspraksissen, at det omfatter måden, man transporterer sig og forbruger produkter såsom skyr, ”LowCarbkassen” og økologi. Disse valg afspejler en række aktive, faste handlinger for at udøve helsema(n)dspraksissen i hverdagen, eftersom sundhed hele tiden indtænkes og indgår i ens beslutninger og interaktioner.

5.3.2.1 Helsema(n)dspraksissen som den moderne macho mand

Helsema(n)dspraksissen funderes omkring den sunde krop, og i et kønsperformativt perspektiv afspejler det en maskulin performativitet jævnfør at bruge kroppen til at fremvise, at man som mand i det moderne samfund evner at have kontrol over kroppen, sundhed og optimere den via træning.” Macho Man” af The Village People:” (...) *Every man ought to be a macho macho man. To live a life of freedom, machos makes a stand. (...) Possess the strength and confidence, life’s a steal.*” (Genius). Sangen portrætterer ironisk ”machomanden” som den trænede heteroseksuelle mand, hvis krop symboliserer frihed, styrke og selvtillid samt en manifestation af en hegemonisk maskulinitet som alfahannen overfor de andre mænd. Sangen har inspireret mig til at analysere udøvelsen af helsema(n)dspraksissen som ”macho mand” som en pendant til den ”sunde krop”. Helsemanden som en moderne macho

bruger økologisk mad som grundsten til at træne discipliner som crossfit og skemalægge sin kost for at være sund og optimere kroppen.

5.3.2.2 Thomas Rode som den moderne machomand

I interviewene fremhæves Thomas Rode som personificeringen af den moderne machomand, Morten kalder ham i interviewet for ” (...) *moderne macho*” (Interview 1:18), hvilket har inspireret til brugen af ”moderne machomand”. Brugen af Rode i interviewene har fungeret som en platform til, at informanterne har kunne italesætte maskulinitet, træning, økologi og sundhed. Rode deler vandene iblandt informanterne, hvor mange af informanterne opfatter ham som en maskulin konnotation af ”den perfekte mand” med en trænet krop, som regelmæssigt træner crossfit og samtidig spiser sundt økologisk mad i form af grøntsager, kød og palæo. Eksempelvis hyldes han af Rasmus for hans fokus på sundhed og træning i forbindelse med en diskussion omkring mad som sundhed/nydelse, hvor Morten og Torben prioriterer mad som nydelse. Denne modsætning kan afspejle to forskellige madlavningspraksisser såsom gastroma(n)ds- og helsema(n)dspraksissen, hvor gastroma(n)d vægter nydelse og kvalitet frem for helsema(n)dens principper om sundhed, træning og kontrol. Rasmus advokerer for, at sundhed og sund mad burde være en større dagsorden i blandt danske mænd, eftersom mænd lever usundt, som også understøttes af chefpsykologen Svend Åge Madsen (Madsen 2016:13). I den forbindelse nævnes Thomas Rode som en mand, der tør at kæmpe for, at sundhed, økologi og træning burde være på dagsorden iblandt mænd. ” (...) *At mænd tænker kost og livsstil om, og at man skal vise, at man er mand. Jeg tror, at Thomas Rode kører det ekstremt for at gøre opmærksom på det. Han bruger sig selv som et medie end, at han ønsker at fremstå som den perfekte mand. Han gør det for at rette fokus på de ting, han brænder for: Kost, motion og at være ekstrem*” (Interview 1:17). I denne kontekst sammenkædes økologi, Thomas Rode, træning og sundhed som værende en legitim maskulinitet. Klavs har også en stor begejstring for Thomas Rode: ” *Han er en god inspirationskilde for mig, fordi han laver maden fra bunden af, og han viser, hvordan man gør det (...)* ” (Klavs:8). Citatet repræsenterer flere af informanternes narrativ af Thomas Rode som et billede på en legitim moderne machomand, da han er en mand, der gør maskulinitet gennem træning, sund kost samt gastronomiske evne. Netop i denne sammenhæng indgår træning, sundhed og økologi i helsema(n)dspraksissen som maskuline konnotationer.

5.3.2.3 Hulemænd til crossfit

Det er dog ikke alle, som deler begejstringen for Thomas Rode og den sunde moderne machomand, eksempelvis latterliggøres denne type mand af Claus og Mads. Claus: ”*Det er måske den mandlige pendant til en kvindelig "feng Shui" eller numerologi som et quick-fix til mænd [laver "hulemandsgestikuleren"]*” (Interview 2:18). Claus udtrykker sarkastisk, at mænd, der dyrker crossfit, bruger det som ”feng shui” og ”quick-fixes”. Underforstået mener han, at disse mænd søger at realisere og genfinde sig selv og deres mandlighed gennem crossfit. Mens han fortæller dette, laver han hulemandsbevægelser og -lyde for at understrege sarkasmen (Interview 2: 18). Det viser sig, at Mads selv dyrker crossfit, men genkender Claus’ satiriske konstruktion af crossfitter som hulemænd (Interview 2: 21). Samtalen opsummerer deres sarkastiske konstruktioner af ”den moderne machomand” i fitness i form af grin og hulemændsparodier i interviewet. Denne negative opfattelse deles ligeledes af Morten: ” (...) *Rode står der med musklerne, og det er også fint nok, men det kan også virke lidt barnligt.*” (Interview 1:28). Dermed er der flere, der ikke giver megen anerkendelse for crossfittere som Thomas Rode, der bruger meget tid på de ydre faktorer såsom at træne og dyrke deres kroppe. Netop crossfitter- kritikken har ligheder med sociologen Rasmus Willigs analyse af crossfittere som et moderne identitetsprojekt i det moderne samfund (Willig 2013:125-126). Ifølge Willig, afspejler crossfit samfundets normer, der hylder omstillingsparathed, individualisering og udholdenhed (ibid.74). Crossfit eksemplificerer, hvordan mennesker træner deres kroppe for at dyrke deres individualitet, og udholdenheden kan overføres til deres karriere ved at være for derigennem at opnå anerkendelse i samfundet (ibid.:128). På samme måde afspejler det Claus’ kritik af Thomas Rode og Crossfittere, at de gennem træning søger at genfinde deres mandlighed og individualisering for at markere sig i samfundet. Kritikken af den moderne machomand afspejler en kritik og skepsis af kropsfiksering og selvoptimering, og Morten kalder endda dette for barnligt, hermed er det ikke alle, som anser den sunde helse-macho-mand som prestigefyldt, da kropsfikseringen kan forekomme som en overfladisk maskulinitetsdyrkelse.

5.3.2.4 Opsamling af helsema(n)dspraksissen

Opsummeret konstitueres helsema(n)dspraksissen af rutinemæssige bestemte handlinger såsom at have fokus på kroppen og optimere den via træning og sund kost.

Analysen viser, hvordan helsema(n)dspraksissen indgår i en række praksisserne i informanternes liv og influerer blandt andet forbrugspraksis i form af køb af LowCarbkassen og økologiske grøntsager, derudover indgår helsema(n)dspraksissen sig i transport- og opdragelsespraksis. Fokus på kroppen afspejler en moderne, macho maskulinitetspraksis, hvor man plejer og optimerer kroppen, som kan medføre en social anerkendelse i bestemte sociale felter, at man som mand evner at leve sundt og optimere sin krop. Hvorimod i visse andre sociale felter kan helsema(n)dspraksissen ligeledes virke illegitim, og man kan blive holdt accountable og møde negative reaktioner, qua at det kan forstås som en ekstrem krops- og træningsfikseret praksis som et "quick-fix" og selvrealisering af tilværelsen.

5.3.3 Protestma(n)dspraksis

" (...) *Jeg synes, at det er fint at spise grillmad en gang i mellem (...)*" (Interview 1:26).

De foregående to praksisser repræsenterer praksisser, hvor madlavning og økologi indgår som enten gastronomiske finkulturelle retter eller sundhed, men i interviewene er der flere eksempler på en madlavningspraksis, som modstrider sig disse og sammenfattes af usundt mad. Derfor er det interessant at udforske, hvordan informanterne spiser, når de har travlt eller bare vil spise usundt.

I hverdagen kan tempoet opleves hektisk, og det kan opleves som en *acceleration af livstempo*, hvor man føler sig stresset for at nå hverdagens pligter og en manglende kontrol pga. tidspres som i Hartmut Rosas samfundsdiagnose af '*Accelerations samfundet*' (Rosa 2014:27). Dette genkender Anders i sin hverdag, hvilket får ham til at stoppe op for at spise en ristet hotdog på den lokale grillbar (Interview 3: 25). Ønsket om at stoppe op for at spise en usund hotdog uden at bekymre sig for pølsens klimabelastning, dyrevelfærd eller sundhed indfanger *protestma(n)dspraksissen*. Det er en praksis funderet på en bevidst accept af, at mad skal smage godt, gøre én glad og må gerne være usund, selvom det strider imod moderne kostregler. Samtidig skal praksissen ses som en protest til moderne madnormer som eksempelvis sundhed, klima og finkulturel mad. Protestma(n)dspraksissen består af "snasket" og lavkulturel madlavning; det er fast food, usundt og hverken økologisk, sundt eller bæredygtigt. Praksissen handler om at foretage sig aktiviteter for at give slip for hverdagens kontrol og lade sig blive forført af mad (Interview 3: 24).

" (...) *Man skal sgu have en hotter, bøfsandwich eller stegt flæsk en gang i mellem (...) man skal nyde det, hvor man ikke tænker på vægt og sundhed, og man skal bare have det lækkert. Nogle gange så er snasket lækkert*" (Interview 3:24).

Citatet fra Andreas repræsenterer samtalen mellem Andreas og Anders, at fast food, grillbar og en "hotter" udgør maskuline konnotationer for hedonistisk nydelse og et frirum fra hverdagens moderne hektiske krav. Citatet opsummerer protestma(n)dspraksissen som en modreaktion til moderne normer såsom mindre kød og mere salat pga. sundhedsmæssige og klimamæssige hensyn. Moderne madnormer skal ses som en begrænsning af usunde kødretter som hotdog, bøffer og burger. Den overordnet erkendelse på tværs af interviewene er, at det er legitimt i hverdagen at give slip på selvkontrollen ved at spise usundt og "snasket" mad. Protestma(nd)spraksissen består af en koordinering af bestemte handlinger, som markerer en afvigelse fra hverdagens faste økologiske sunde spisevaner. Eksempelvis hos Morten bliver praksissen situeret særligt med tømmermænd, eller når han ønsker at slappe af, så bliver der spist usund mad som pizza, chips og cola (Interview 1:4;7). Praksissen konstitueres af en række rutinemæssige aktiviteter som usundt mad, eller at man fysisk tager hen til grillbaren eller pizzeriaet. Omvendt er det også at være en del af praksissen, at man netop er fysisk inaktiv og undgår fysiske aktiviteter, da dovenskab og nydelse vægtes højt fremfor motion. Dermed gøres der ligeledes en bestemt form for forbrugspraksis, hvor mændene køber fast food og usund mad, der bevidner om et brud på hverdagens økologiske forbrug og Aarstidernes måltidskasser i fravalget af økologiske produkter i denne kontekst.

Ifølge informanterne udføres en rituel mental retfærdiggørelse hver gang, man indtager snasket mad, hvorved man overfor sig selv anerkender som et mantra: at "det er i orden" at spise en hotdog en gang i mellem. Dette udtrykkes eksempelvis af Claus: "*Jeg frisætter mig selv, fordi jeg har haft en uge med fornuftig og varierende sundt kost, så hvis jeg har lyst til pizza tirsdag, så får vi pizza. (...) så må vi godt.*" (Interview 2:13). Frisættelsen af den sunde kost kan ses som at performe protestma(n)dspraksissen, hvorved han bryder med hverdagens sunde økologiske kost. Citater fremstår som en personlig retfærdiggørelse, hvor Claus erkender, at han aktivt vælger at spise en usund pizza, men han mener ikke, at det er slemt qua sin varierende sunde kost. På tværs af interviewene fremhæves særligt retter som pizza, burger, bøfsandwich og cola, når de performer praksissen, dermed fortolkes det som,

at der er nogle specifikke madretter, som anses for at være en fast del af protestmad blandt denne type af danske mænd. Ifølge professor i forbrugsadfærd Søren Askegaard fremkalder pizza, hotdogs og andet usund fast food positive følelser som en spænding og "guilty pleasure", da man ved, at man bryder med samfundets sundhedsnormer (Knudsen: 2019). Dermed opstår der en rutinemæssig følelse af "guilty pleasure", når informanterne spiser protestmad.

Overordnet manifesterer protestma(nd)spraksissen som en protest og diametral modsætning til sundhedskulturen i samfundet, og protesten konstitueres af en forbrugspraksis bestående af traditionelle maskuline madretter som burger, pizza og cola (Rogers 2008). I et dualistisk perspektiv vil madprodukter som økologi, vegetarmad og grøntsager derimod fremstå i opposition som feminin madpraksis qua, at de konnoterer et madparadigme funderet på sundhed og en diskrepans til usund fast food.

5.3.3.1 Grillbar som dansk kultur og frirum

Sundhed og økologi fylder meget i samfundet og i informanternes hverdag, men der er fortsat nogle sociale rum som grillbaren, hvor der er plads til usund mad. I *interview 3* diskuterer informanterne danske grillbarer som værende sociale maskuline frirum. Anders fortæller om følelsen af skam forbundet med at sidde i en grillbar som et symbolsk maskulint frirum:

" (...) *Det er jo dansk kultur [grillbar (red.)], der ligger gemt der, som er pakket ind i dårlig samvittighed, og man skammer sig jo, når man spiser en. (...) men de [grillbarer (red.)] vil blive ved med at overleve, og de vil få en fremgang, når folk tænker: "fuck det". Vi skal også til et sted, hvor en mand er en mand. En modreaktion.*" (Interview 3:25).

Anders opfatter hermed grillbarer som en kulturel konnotation for dansk kultur og som en maskulin bastion, hvor mænd kan få lov til at være mænd og bryde med bestemte normer. Citatet vidner samtidig om en erkendelse af grillbarer som en social illegitim praksis og lavkulturelle i modsætning til sin storhedstid i 1970-80'erne, hvor grillbaren var en fast del af bybilledet (Larsen 2012). Normerne har forandret siden, derfor kan det være, at Anders får dårlig samvittighed ved at spise i en grillbar i dag og blive holdt accountable. På trods af grillbarers lave sociale status, så tænker han: "fuck det",

netop denne mentale attitude indfanger protestma(n)dspraksissen som en protest; et ønske om at vende tilbage til traditionelle maskuline normer, hvor "en mand er en mand", hvor mænd kan sidde i en grillbar, spise en hotter og drikke en øl uden at tænke på salat eller spise økologiske grøntsager (Rogers 2008; Gal & Wilkie 2010). Andreas genkender Anders' udlægning af grillbarer. Snasket grillbarmad konnoterer en traditionel maskulinitet som "politisk ukorrekthed" og "en mandeting", der skal ses som en modreaktion på moderne feminine madtendenser som økologi, salat og klimavenlig mad: "*Fx klimaafgift og økologisk og usundt, det er vi ligeglade med, fordi det er fællesskabet omkring mad. (...) Ved at synde eller gøre noget ekstremt, det er en mandeting*" (Interview 3: 30). Økologi, klima og salat fremstår i denne sammenhæng som feminine praksisser som en kontrast til "mandeting" som grillbar og bøf.

På baggrund af empirien opleves det, at man holdes accountable og føler en skam, når man performer protestma(n)dspraksissen i en grillbar, hvilket kan skyldes et eksternt social accountability fra andre, men det kan ligeledes være på et individuelt plan, hvor man ved, at man spiser usund mad og snyder med en snasket hotter. Omvendt kan der opstå en "Fuck det"-protest attitude, hvor man emotionelt positionerer sig i opposition til sociale normer og nyder at bryde normerne, mens man spiser en hotdog.

5.3.3.2 Mandemad og maskulin tryghed

(...) Okkerstrøm repræsenterer et frirum og ingen konsekvenser som sundhed, ernæring eller økologi, maden skal bare smage godt, og det skal ikke være politisk korrekt." (Andreas, Interview 3: 32)

Dennis Okkerstrøm, som tjener penge på at anmelde grillbarer, repræsenterer, at man må gerne spise en hotdog og synde. Citatet repræsenterer, hvordan Anders & Andreas fælles betoner, at traditionel *mandemad* fremprovokerer en maskulin sikkerhed, hvor man slipper for at tage stilling til konsekvenserne. Det handler om at give slip på hverdagens kontrol og fokus på sundhed, træning og økologi og i stedet for at nyde at spise en burger med ekstra bacon eller en hotdog. Protestma(n)den som modreaktion og mandeting afspejler den traditionelle maskulinitetspraksis, i hvilken man dyrker traditionelle maskuline identitetsmarkører som grill, kød og øl (Rogers 2008). Det er særligt Anders & Andreas, som udfolder en række refleksioner om netop denne praksis og maskulinitetspraksis. De mener ikke, at der eksisterer mange

maskuline fristeder i samfundet, hvor "mænd kan være mænd" udover grillbaren, herreomklædningsrummet og garagen som sociale steder til at dyrke traditionelle maskuline praksisser (ibid.:36). I forlængelse af dyrkelsen af den traditionelle maskuline mand fremhæves "mandemad" som en konstituering af en madpraksis, hvor mænd ifølge Andreas kan spise (...) *mad som er syndigt, ligegyldigt og frembrusende. (...) Mandemad er noget mad, hvor man kan sige: "for fanden!"*. " (Interview 3: 31).

5.3.3 Opsamling af protestma(n)dspraksissen

Protestma(n)dspraksissen manifesterer sig som en modreaktion mod moderne normer i samfundet med et "fuck det"- mantra, hvor man insisterer på en bestemt usund nydelses-forbrugspraksis, hvor man spiser en "hotter" og får en øl i grillbaren eller i garagen for at dyrke "mandeting" og en eskapisme fra hverdagen. Protestma(n)d skal ses som et tilvalg af maskulin mandemad og et fravalg og en antitese til økologi, grøntsager og selvkontrol, som ellers performs i andre sociale situationer af hverdagen. Her skal en mand "være en mand" og føle sig sikker.

5.3.4 Den grønne ma(n)dspraksis

I takt med den stigende politiske interesse for bæredygtighed i medierne er der flere danskere, som i højere grad tilvælger bæredygtige løsninger i hverdagen. Den grønne ma(n)dspraksis er konstrueret for at belyse, hvordan informanterne gør forskellige bæredygtige aktiviteter i deres dagligdag, derudover er det interessant at belyse deres bæredygtige overvejelser. Den grønne ma(n)dspraksis konstitueres af grønne rutinemæssige fysiske handlinger som at cykle i stedet for at tage bilen til arbejde, eller at spise mindre kød i hverdagen for at være bæredygtig. Derudover forudsættes en regelmæssig brug af det mentale i form af videnssøgen, refleksion og en forståelse af verden, og konkret kan det være, at man orienterer sig efter teknologisk innovation og den nyeste klimaviden for, at man kan tage stilling til bæredygtige dilemmaer og tilpasse sig i hverdagen. Økologisk forbrug og Aarstiderne indgår som en central del praksissen jævnfør, at det anses af informanterne som bæredygtige løsninger i hverdagen dels, at måltidskasserne baseres på økologiske grøntsager og en begrænset mængde kød, og økologi har visse bæredygtige elementer såsom ingen brug af pesticider osv.¹⁶

5.3.4.1 De grønne løsninger i hverdagen

Generelt fortæller informanterne i interviewene om en række forskellige grønne handlinger og overvejelser, de gør sig i hverdagen. Rasmus fortæller, at han forsøger at omstille sine faste praksisser i hverdagen på baggrund af sin klimainteresse og bekymringer. Det indebærer eksempelvis hans økologiske forbrugspraksis, hvor han har tilvalgt Aarstidernes økologiske, lowcarb vegetarretter i hverdagen og hermed foretager en nedskæring af sit kødforbrug grundet CO₂-belastningen fra kødproduktion. Tilvalget af økologiske, lowcarb vegetarretter skal hermed ses som en måde, hvorpå den grønne ma(n)dspraksis indgår i madlavnings- og forbrugspraksis og manifesteres i form af et fravalg af kød. Desuden opsøger han viden om bæredygtige løsninger ved at læse Aarstidernes CO₂- rapporter, nyheder og lytter til Anders Morgenthallers klimapodcast på P1 for at blive klimainspireret (Interview 1:36).

¹⁶ I specialet tages primært udgangspunkt i, hvordan informanterne opfatter økologi som bæredygtig. Der vil ikke foretages en miljø eller klima faglig diskussion af økologisk produktion som bæredygtig eller ej., da der er faglig uenighed i dette. Videnssyntesen – "Økologiens bidrag til samfundsgoder" fra 2015 lavet af ICROFS konkluderer, at økologisk produktion har visse positive og negative effekter (Viden-skab.dk 2016; ICROFS 2015).

Dertil fortæller Morten i samtalen, at han ligeledes har et ønske om at udskifte sine faste vaner til mere bæredygtige handlinger, derfor har Morten tilpasset sine spisevaner til en mere økologisk, vegetarisk madlavning for at minimere sit kødforbrug for at nedbringe sit CO₂-aftryk. Desuden fremhæver han særligt, at han er begyndt at undgå at købe mikroplast-karklude for at tage hensyn til klimaet (Interview 1: 37). Dialogen mellem Morten og Rasmus illustrerer, hvordan den grønne ma(n)dspraksis funderes på bæredygtige omstillinger af hverdagens rutinemæssige praksisser og handlinger. Eksemplerne viser, hvordan de orienterer sig og eksperimenterer med deres forbrugspraksis og har tilpasset sig for at træffe den bæredygtige forbrugsløsning.

"Jeg cykler til og fra arbejde, og det er et sundhedsmæssigt aspekt, og jeg har mulighed for en bil, men det er for mig selv og klimaet. Valg af min kasse – flexitarkassen - skyldes bæredygtige overvejelser (...)" (Interview3:42).

Det ovenstående citat fra Andreas afspejler, hvorledes Aarstidernes måltidskasser opfattes af informanterne som en del af en bæredygtig praksis. Synspunktet ses ligeledes i Interview 2, hvor Mads fortæller sin overvejelse om at genbestille flexitarkassen for at have en fast madlavning baseret på mindre kød og flere økologiske grøntsager på grund af klimabekymringen og for at få spændende retter som okonomiyaki¹⁷ (Interview 2: 9). Rasmus opfatter ligeledes Aarstiderne som en bæredygtig løsning: *" (...) Jeg tror også, at de [Aarstiderne, red.] går op i dyrevelfærd, og de behandler deres dyr godt, og de sikrer, at deres CO₂-produktion i forhold til emballage såsom trækasser og genbrugsmaterialerne."* (Interview 1: 36). Informanterne opfatter hermed Aarstiderne og økologisk forbrug som en grundlæggende bæredygtig handling i hverdagen, dermed kan det ses som, at økologisk forbrug og Aarstiderne indgår som en central del af deres grønne ma(n)dspraksis. I et praksisteoretisk perspektiv kan citatet anskues som, at måltidskassen er konstitueret af en række bæredygtige aspekter såsom, at selve kassen og emballagen laves af træ og genbrugsmaterialer, derudover er måltiderne portionsanrettet, således er der taget højde for unødvendig madspild (Aarstiderne.dk). Derudover består måltidskassen af en række rutinemæssige konfigurationer af bæredygtige handlinger og aktiviteter af fx kroppen qua, at informanterne skærer og

¹⁷ En japansk kål madpandekage

tilbereder de økologiske fødevarer, og det mentale bruges til at koordinere madlavningen og implementere Aarstidernes opskrifter, desuden er selve måltidskassen ligeledes en central genstand for praksissen.

5.3.4.2 Økologi det nye sorte og kartofler fra Ægypten?

Overordnet hersker en bred konsensus af økologi og Aarstiderne som grønne løsninger på tværs af interviewene. Det er hermed særligt interessant at udforske, hvordan Anders påpeger en kritik af netop økologi og Aarstiderne som værende bæredygtigt i samtalen: *"Det er interessant med de kartofler vi fik i Aarstidernes økologiske kasser, og de var fra Ægypten. Det er satme ikke bæredygtigt eller økologisk. (...) økologi er bare det nye sorte, og Aarstiderne har været gode til at profilere sig med det."* (Interview 3: 44).

Anders' pointe starter en diskussion i interview 3, hvorvidt Aarstiderne kan ses som bæredygtigt jævnfør import af økologiske varer på tværs af kontinenter. Modsat har Andreas en opfattelse sit valg af Aarstiderne som værende en del af sin grønne ma(n)dspraksis, da det er en måde at få økologiske grøntsager, mindre pesticider, og udvise et miljø- og klimahensyn (Interview 3: 42). Episoden illustrerer den komplekse virkelighed, der er omkring bæredygtighed og økologisk forbrug, som kan være svært at forholde sig til som forbrugere. Anders kritiserer ligeledes økologi for "det nye sorte"; altså at økologi er opreklameret som ståhej og iscenesat som bæredygtigt, selvom der er mange negative aspekter af økologi (ibid.:10-11; ICROFS 2015). Anders' kritik afspejler en skepsis af, hvordan forbrugere forføres af virksomheder til at forbruge økologi og Aarstiderne som en del af deres forbrugspraksis for at være bæredygtige. I et modsvar til Anders' kritik af økologi som "det nye sorte", påpeger Andreas, at den grønne omstilling ikke kun afhænger af forbrugerne på et individuelt plan, men det skal løses på et politisk strukturelt plan: *"Ja, økologi bliver en større del af ens tankegang med lavere priser, og klimabæredygtighed bliver det samme. Om økologi er en fiks ide eller bund i grund er det, men det kræver, at lovgivningen skal styre og sætte rammerne."* (Interview 3:45).

Argumentet afspejler praksisteoriens præmis, at forbrugere som agenter indgår i multiple krydsende praksisser i hverdagen mellem individets praksisser og strukturer (Halkier & Jensen 2008: 60). Andreas repræsenterer, hvordan nogle forbrugere er socialt bevidste i deres økologiske forbrugspraksis med udgangspunkt i

den bæredygtige omstilling som værende et individuelt og strukturelt problem. Da klimaforandringer skabes og påvirkes af virksomheder, nationer og politikere. Med udgangspunkt i Andreas' citat vidner det om en bevidsthed af sit tilvalg af økologi i sin hverdag som en del af den grønne ma(n)dspraksis. Samtidig efterspørger han flere politiske initiativer på et strukturelt niveau for, at Danmark og verden nemmere kan tilpasse sig i en bæredygtig retning. Synspunktet om at individuelle bæredygtige handlinger ikke kan stå alene, men at der kræves politiske løsninger for at løse klimaudfordringerne deles af mange informanter (Klavs: 21; Claus, interview 2: 23; Rasmus, interview 1:38).

5.3.4.3 Grønne dilemmaer

Den stigende klimabevidsthed og et grønt ønske om at tilpasse sine praksisser medfører en række nye dilemmaer for informanterne for at performe den grønne ma(n)dspraksis. Særligt har flyrejser været et gennemgående tema i interviewene, hvorvidt man skal fravælge flyrejser for at skåne klimaet. Mange af informanter udtrykker en klimabevidsthed omkring dilemmaet, men få ønsker reelt at regulere deres flyforbrug, da det er for besværligt med alternativerne såsom tog, bus eller bil. Her adskiller Claus sig ved aktiv at fravælge flyrejser.

"I sommers valgte vi, at vi ville gerne på ferie, men vi ville reducere flyruten. Så droppede vi Spanien til Tyskland, og vi endte med en sommerhusferie herhjemme. Motivationen var bæredygtighed, og det er vi meget opmærksomme på". (Interview 2: 38).

I samtalen positioneres Claus som klimabevidst og erkender, at han føler et ansvar for at ændre sine praksisser såsom sin rejsepraksis ved at fravælge udenlandsferie og flyrejser. Sommerhusferien vidner om, hvordan Claus bruger sin viden, erfaringer og følelser samt en villighed til at ændre sine sædvanlige forbrugs-, transport- og feriepraksisser som en måde at performe den grønne ma(n)dspraksis. *"Nej, det er en falsk bevidsthed. Jeg synes, at folk identificerer sig med en livsstil, som reelt kun hører til 20-30 år tilbage. Det er noget bevidsthed, som fylder i dag. (...) Jeg synes ikke, at det har en værdi i sig selv at rejse rundt."* (Interview 2: 38). Fravalget af flyrejser skal ses i lyset af et bæredygtigt ønske om et opgør med de herskende normer for legitim ferie- og flypraksis. Synspunktet afspejler en kritik af flyforbrug og kritik af den kapitalistiske forbrugspraksis; hvor man forbruger og rejser ud fra egne

interesser uden at indregne klimaomkostningerne. Heraf kan der lægges et altruistisk ønske om, at vi mennesker skal ændre vores praksisser og handlinger for klimaet.

Informanterne møder ikke kun praktiske og bæredygtige dilemmaer i deres dagligdag, men de fortæller ligeledes, at de oplever barrierer og begrænset handlingsmuligheder for at forandre deres faste praksisser. På tværs af interviewene oplever informanterne særligt sociale strukturelle barrierer såsom, at økonomi, infrastruktur og tid der begrænser dem fra at performe den grønne ma(n)dspraksis. Det er ikke altid en realistisk mulighed at fravælge flyveturen som Claus. Rasmus føler sig nødsaget til at tage flyveren for komme til Asien pga. sit arbejde: *"Jeg rejser en del med fly med mit arbejde. Det er steder som Kina og USA, så det er steder, som er svært at køre til."* (Interview 1: 39). Endvidere anses kød, fly og bil fortsat social legitime og prestigefyldt, derfor er det svært at fravælge det i hverdagen uden at holdes accountable i form af kritik eller undren af omverdenen.

På baggrund af informanternes grønne ma(n)dspraksis oplevelser, så indfanger det, hvorledes den grønne ma(n)dspraksis konstitueres af performative aktiviteter, som kendetegnes af et bæredygtigt paradigme skifte og forandring af traditionelle performativiteter. I henhold til den grønne ma(n)dspraksis i en relation til andre praksisser, så påvirker det som nævnt informanternes vante transportpraksisser, hvor cyklen tages frem for bilen eller et fravalg af fly. I relation til madlavnings- og forbrugspraksis har analysen vist, hvordan informanterne tilvælger økologiske grøntsager og vegetarretter i højere grad end kødretter på grund af klimaet. Det viser, hvordan den grønne ma(n)dspraksis indeholder nye tilpasninger og eksperimentering af forskellige multiple praksisser.

5.3.4.4 Den grønne maskulinitetspraksis – et grønt opbrud med traditionelle praksisser

Den grønne ma(n)dspraksis kan ses som en bestemt måde at gøre maskulinitet på, der i opgaven kendetegnes som idealtypen: den grønne maskulinitetspraksis. Det er en maskulinitetspraksis med en bæredygtig progressiv tilgang til praksisser og hverdagen, som bryder med reaktionære konventionelle aktiviteter og maskuline identitetsmarkører som *mandemad*, store biler og Weber-grill, da det udleder store mængder CO₂ (Rogers 2008). Den grønne maskulinitetspraksis konstitueres af en række grønne tilvalg i hverdagen som økologiske fødevarer, vegetarmad og bæredygtig transport. Konstruktionen af denne type maskulinitet trækker ligheder til

Anderson' *Inclusive masculinity* i form af, at den funderes på et opgør med de traditionelle maskuline madpraksisser såsom kød og øl. Denne maskulinitetstype fremviser, hvordan den grønne ma(n)dspraksis inkarnerer et bæredygtigt ønske om at spise mere klimavenligt i form af flere økologiske grøntsager og vegetarisme. Denne maskulinitetspraksis udtrykker en altruistisk og empatisk tilgang til hverdagen i form af blandt andet et ønske om at gøre en forskel i hverdagen ved at begrænse sit CO2-aftryk (Anderson & McQuire 2010).

Informanterne peger særligt på Anders Morgenthaller som personificeringen af den grønne maskulinitetspraksis qua sin grønne performativitet, klimabevidsthed og grønne omstilling. De, der hylder Morgenthaller, hæfter sig ved, at han konnoterer den moderne mand, der ønsker at tilpasse og innovere sine hverdagspraksisser for klimaet. Ifølge Claus er Morgenthaller en velovervejet mand, der er interesseret i at sætte klimaforandringerne på dagsorden (Interview 2: 23). Særligt Mads og Claus i *Interview 2* udtrykker begge en stor anerkendelse af Morgenthaller og hans fremtræden i medierne, og de har begge positive betragtninger omkring Morgenthaller ved at betone hans klare principper og holdninger til økologi, bæredygtighed og samfundet.

" (...) Fordi sådan en som Morgenthaller tilgang er mere interessant, fordi han er mere ydmyg, fordi det er på grund af en frustration, og det har et sigte og et formål. (...) Det har jeg meget mere respekt for, og det kan jeg nemmere identificere mig med, fordi der er ingen endegyldige svar. Der er ingen svar på, hvordan man er mand. Der er et kæmpe problem." (Interview 2: 23).

Claus' citat repræsenterer, hvordan Morgenthaller kan opfattes som en legitim måde at være mand i det moderne Danmark og opfattes som en inspiration for, hvordan man individuelt kan søge svar og løsninger på klimaproblemet. Morgenthaller som den legitime mand skyldes på baggrund af informanterne og særligt Claus sin måde at udøve den grønne maskulinitetspraksis og fremtræden i medierne. Morgenthaller opfattes af Claus som en mand, der har en bevidst klimabekymring og et aktivisk ønske om at bidrage til den bæredygtige omstilling. Portrætteringen af Morgenthaller i denne sammenhæng kan perspektiveres til den inclusive mand jævnfør sin tilgang til dialog, samarbejde og ønske om at forandre traditionelle og konventionelle handlinger og praksisser. I interviewet opstiller Claus en distinktion mellem Morgenthaller og

Thomas Rode, hvor Morgenthaller opfattes som nysgerrig og undersøgende: ” (...) i modsætning til Thomas Rode (...) Han er mere: ”Åååhå! SÅDAN SKAL DU GØRE. Gør nu, gør nu! Løft tunge dæk og spis mere kød, fordi så bliver du en rigtig mand (...) Jeg vil hellere have hjælp til at forstå, hvordan jeg så kan gøre det [at være mere bæredygtig]. Det har jeg meget mere respekt for (...)” (Interview 2: 22-23). Claus opfatter Thomas Rode som en handlingensmand med fokus på resultater, som kan repræsentere fortidens hegemoniske alfahanner. Ifølge Claus fremstår Morgenthaller mere velovervejet, intellektuel og progressiv, hvorimod Rode repræsenterer en traditionel machomand med fokus på krop og kød (ibid.).

På baggrund af de fleste informanternes svar hersker en generel opfattelse og konstruktion af Morgenthaller som den grønne ideelle konnotation af den moderne mand med et klimaengagement. Han repræsenterer en mand, der tør at forholde sig til klimaproblematikken og særligt, hvordan man som forbruger kan bidrage til den grønne omstilling (ibid.: 22-23). Med baggrund i Morgenthaller betyder det, at økologi, vegetarmad og bæredygtige handlinger afspejler en legitim moderne maskulinitet.

5.3.4.5 At holdes accountable til en herreaften

Det er ikke uden konsekvenser at performe den grønne maskulinitetspraksis jævnfør, at det kan skabe stærke reaktioner fra omverdenen og særligt i bestemte maskuline sociale fællesskaber fx en herreaften, som funderes på traditionelle maskulinitetsnormer. I disse gruppefællesskaber risikerer den grønne mand at fremstå som en *persona non grata*¹⁸ i kraft af sin praksis. Den grønne ma(n)dspraksis indebærer som nævnt et fravalg af eksempelvis kød, og hvis dette gøres til en herreaften, kan det have sociale konsekvenser, hvorved den grønne mand kan opleve at blive holdt accountable i form af social kontrol såsom negative kommentarer. Vurderingen er på baggrund af Andreas og Anders' samtale, som deler opfattelsen af scenariet, at det bestemt vil medføre negativitet og anses som en social trussel overfor fællesskabets gruppeinteraktion (Interview 3: 38). Truslen skal forstås således, at hvis man fravælger kød, opfattes man som en illegitim mand, da man fravælger de socialt bestemte normer til en herreaften. Dette vil resultere i at blive holdt accountable af de

¹⁸ Persona non grata - en uønsket person

andre mænd i form af mobning og "mandehørm" (drilleri), hvis man fravælger kød for at tilvælge salat.

Andreas forestiller sig i sådan en social situation, vil der opstå "mandehørm" eksempelvis: " (...) *Kom nu, vi spiser en bøf og ikke det der veganske pjat* (...)" (Interview 3: 36). Salat og vegetarmad anses her som "pjat" og er dermed illegitimt i disse maskuline sociale fællesskaber, qua det bryder med de traditionelle madlavningspraksisser i form af kødretter. Denne sociale distinktion mellem kød og økologisk salat underbygger antagelsen om, at økologisk salat og vegansk mad anses som feminin madpraksis og ikke en maskulin madspraksis, derfor er det socialt upassende til en herreaften (Rogers 2008; Gal & Wilke 2010). I en kønsperformativ optik kan udskamning fungere som en social kontrol til at kritisere upassende kønsperformativitet, samt en måde at opretholde den legitime passende opførsel i den pågældende sociale kontekst.

" *Det (red. kød) lægger dybt i os (red. mænd), og vi bliver truet, når én mand spiser grøntsager eller noget. "Hvad fanden er det for noget". "Kan vi stole på dig, når vi skal ud og jage". (...)*" (Interview 3:38-39). Citatet af Anders illustrerer betydningen af kød i disse maskuline fællesskaber, og hvordan vegetarer iblandt mænd til fx en herreaften kan fremkalde negative reaktioner, fordi fravalg af kød konnoterer et brud på de traditionelle maskuline ritualer og normer (Interview 3:38). På baggrund af dette tegnes et billede af, at vegetarer adskiller sig fra gruppen og er mindre værd i bestemte maskuline fællesskaber. Derfor holdes disse mænd accountable i form af "mandehørm" - en latent kritik af ens måde at performe den grønne maskulinitet, hvis man vælger vegetarretter til en herreaften.

5.3.4.6 Opsamling af den grønne ma(n)dspraksis

Den grønne ma(n)dspraksis konnoterer en moderne progressiv bæredygtig tilgang til hverdagen, hvilket afspejles i bestemte til- og fravalg i hverdagen såsom transport, forbrug og madlavning. Der eksisterer et fundamentalt grønt ønske om at omstille sig til bæredygtige løsninger, der bryder med bestemte traditionelle måder at forbruge, spise og transportere sig. Særligt økologisk forbrugspraksis og Aarstiderne indgår som en central del af praksissen og ses som en måde at vælge den bæredygtige løsning. Hermed er økologisk forbrugspraksis og Aarstiderne en fast del af forbrugspraksissen, når informanterne performer den grønne ma(n)dspraksis. Den grønne maskulinitets-

praksis kan dog i bestemte sociale situationer såsom til en herreaften fremstå som en trussel qua sit valg af økologiske vegetar-/flexitarretter, da det bryder med traditionelle maskuline konnotationer som kød. Dog kan den grønne mand fremstå legitim i andre sammenhæng, da det er en moderne progressiv mand, som aktivt ønsker at performe bæredygtige aktiviteter for klimaets skyld.

5.3.5 Opsamling af analyse del 2

På baggrund af undersøgelsens analytiske resultater vil i den nedenstående illustreres et overblik af de forskellige praksistyper og deres karakteristika af, hvorledes økologisk forbrug indgår i de forskellige konfigurationer.

Gastroma(n)dspraksissen

Praksis: fokus på madnydelse, feinschmecker. Madeksperiment og kvalitet

- Økologisk forbrug indgår som en nydelseskonfiguration
- Økologi som kønnet;
 - Økologisk kød som maskulin
 - Økologisk salat og vegetarmad som feminint
- Maskulinitetspraksis:
 - Den traditionelle maskulinitet situeret til en herreaften, Webergrillen og kødfikseringen
 - Progressiv maskulinitet når der laves madnydelse med vegetarmad som speltotto.

Helsema(n)dspraksis

Praksis: fokus på sundhed, krop, træning og selvkontrol

- Økologisk forbrug indgår i en sundhedskonfiguration
- Økologi fremstår i denne sammenhæng maskulin, da det indgår som en del af den moderne macho mand, træning og sundhed
- Maskulinitetspraksis: Den moderne machomand

Protestma(n)dspraksis

Praksis: Fokus på snasket mad, grillbar, maskulin eskapisme

- Økologisk forbrug som en feminint antitese til 'mandemad' og snasket grillbarmad som en hotter.
- Økologi som kønnet: Feminint
- Maskulinitetspraksis: Den traditionelle maskulinitetspraksis, der bruger grillbaren som maskulin frirum

Den grønne ma(n)dspraksis

Praksis: Fokus på bæredygtighed, klima, økologi og vegetar/flexitar

- Økologisk forbrug indgår i en bæredygtig konfiguration
- Økologi kønnes som legitim moderne maskulinitet
- Maskulinitetspraksis: Den grønne maskulinitetspraksis, som gør en bæredygtig progressiv mand



Diskussion

6.0 Diskussion

Denne del af undersøgelsen har til formål at diskutere og perspektivere de analytiske fund, økologisk forbrug som en klassepraksis samt en diskussion af undersøgelsens validitet.

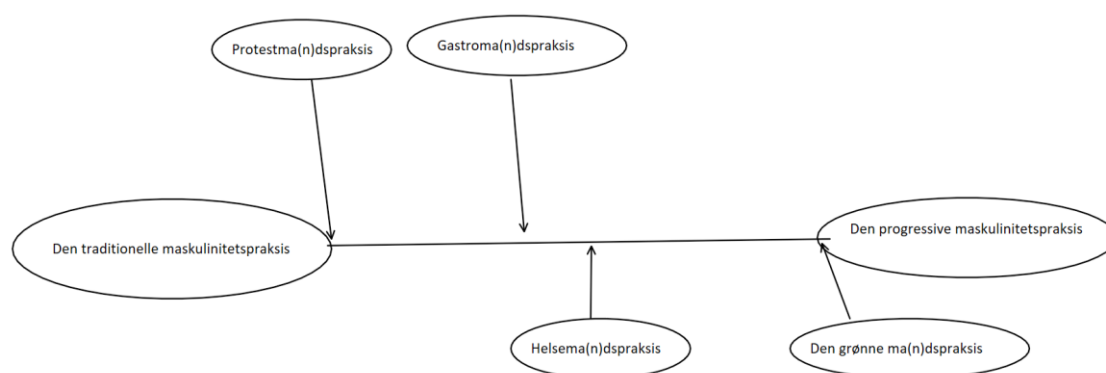
6.1 Urbane økologiske mænd vil have hotter og økologisk speltotto

Det analytiske fund i form af praksisidealtyperne dokumenterer, hvordan informanternes praksisser som maskulinitets-, økologiske forbrugs- og madlavningspraksisser performs vekslende afhængigt af den sociale kontekst. Den orienterende teoretiske ramme har bidraget til at vise, hvordan informanterne i én sammenhæng kan spise traditionelle maskuline økologiske kødretter såsom grillet røde bøffer til en herreaften med afsæt i gastroma(n)dspraksissen. Mens de i en anden sammenhæng laver enten feminine økologiske vegetarretter som speltotto i køkkenet og drikker en specialøl, som ligeledes gøres som en del af samme praksis. I andre sammenhænge spises der en snasket hotter i grillbaren uden skyggen af økologi i protestma(n)dspraksissen. Udgangspunktet har været at konstruere praksisser på tværs af informanterne og ikke personfikseret for at give mulighed til at nuancere, hvordan informanterne kan veksle mellem forskellige praksisser, som isoleret set kan kategoriseres som modstridende. Dertil er det særligt interessant at diskutere, hvordan økologisk forbrugspraksis varierer og indgår i forskellige relationer i de forskellige praksisser. Eksempelvis indgår økologisk forbrugspraksis i den grønne ma(n)dspraksis som i en positiv bæredygtig konfiguration, der inkarnerer den grønne progressive maskulinitetspraksis. Hvorimod det er i skarp kontrast til protestma(n)dspraksissen, hvor økologisk forbrug indgår i en negativ antimaskulin konfiguration sammen med sundhed, vegetar og bæredygtighed, som repræsenterer den traditionelle maskulinitetspraksis forankret af snasket usund madkultur som hotter og bøffer.

Det viser, hvorpå økologisk forbrug konstitueres i forskellige sammenhænge, og det er bemærkningsværdigt, at informanterne kan udføre markante modstridende praksisser med hver sine sociale konstruerede madopfattelser. Selvom det er modstridende praksisser, kan det sagtens gøres af den samme informant i forskellige sammenhænge. Det er nemlig i tråd med praksisteoris

anskuelse af verden som social komplekst og bestående af multiple krydsende praksisser. Derfor kan informanterne bevæge sig mellem forskellige praksisser, fordi de indgår og påvirkes af forskellige sociale praksisser, relationer og situationer i hverdagen (Halkier & Jensen 2008:60). Specialets bidrag er en kvalitativ praksisteoretisk nuancering af, hvordan disse urbane mandlige økologiske forbrugere bruger økologi og Aarstiderne afhængig af sociale praksisser og den sociale kontekst.

Figur: Praksistyperne fordelt på et maskulint kontinuum



6.2 Protest som maskulin frirum

Figuren viser et maskulint kontinuum, hvori de fire praksistyper er fordelt afhængig af praksissernes relation til henholdsvis den traditionel- og progressive maskulinitet. Her ses, hvordan protestma(n)dspraksissen positionerer sig som en traditionelmaskulinitetspraksis, som bunder i det analytiske fund, at praksissen funderer på den traditionelle kønsdualistisk opfattelse af kød og *mandemad* som symboler på maskulinitet, hvorimod salat, vegetar og sushi opfattes som feminine konnotationer (Rogers 2008, Gal & Wilkie 2010, Cairns et al. 2010, Leer 2014).

Nogle af informanterne udtrykker en søgen efter maskuline fællesskaber som en herreaften eller grillbaren som et maskulint eskapistisk frirum med plads til nydelse som god økologiske røde bøffer, øl og "politisk ukorrekt"- mandehørm (Rogers 2008, Leer 2014). Dette kan perspektiveres til '*maskulinitetskrisen*', hvor mænd oplever en kønsidentitetskrisen og en fremmedgørelse som følge af moderne forandringer såsom mere ligestilling mellem kønnene, automatisering og ændring af traditionelle normer i samfundet. Det får dem til at søge mod maskuline traditionelle

normer og en søgen mod trygge rammer (Leer 2014; Rogers 2008). Anders formulerer det perfekt: *”fuck det”. Vi skal også til et sted, hvor en mand er en mand*” (Interview 3: 25). Med afsætning i analysen kan sociale kontekster som grillbaren og herreaften konstrueres som eskaptiske frirum i hverdagen, hvor det socialt legitimt at have plads til mandehørm og masser af røde bøffer, uden at der skal tages hensyn til bæredygtighed, vegetarisme eller sundhed. Rogers (2008) fokuserer særligt på maskulinitetskrisen forankret iblandt hvide arbejderklasse mænd, men mit fund med afsætning i en gruppe urbane mandlige økologiske forbrugere kan hermed bidrage til en nuancering og bryde den maskuline stereotyp, qua at det samme maskuline behov gør sig gældende iblandt informanterne, selvom de har på papiret en højsocioøkonomisk baggrund.

Grillbaren, hotter og økologiske røde bøffer foretrækkes i bestemte sociale situationer i hverdagen, mens mændene i andre sammenhænge kan foretrække Aarstidernes økologiske grøntsager og vegetarretter. Dette vidner atter, at informanterne veksler mellem forskellige praksisser. Den sociale kompleksitet ses ligeledes, hvordan informanterne performer den progressiv maskulinitetspraksis konstitueret af, at de står for madlavningen og indkøb, som tidligere er blevet anset som feminine opgaver (Aarseth & Olesen 2008). Hvilket kan perspektiveres til Aarseth & Olesens avantgarde ressourcestærke mænd, der skal forstås, at de er foregangsmænd og bidrager til huslige pligter som indkøb, madlavning og opdragelse (Aarseth & Olesen 2008). Med afsætning i den grønne ma(n)dspraksis kan den samme tendens bruges til at anskue informanternes forbrug af økologiske grøntsager og vegetarretter og interesse for bæredygtige problemstillinger som en progressiv kontrast til protestma(n)den og dertil tilknyttede traditionelle maskulinitetspraksisser. Diskussionen af praksisserne argumenterer for, at det praksisteoretiske perspektiv kan bidrage til andre lignende studier med fokus på økologisk- eller andre typer forbrugspraksis og køn. Forbrug, køn og madlavning ikke skal opfattes dualistisk, da mine praksisidealtyper viser, hvorledes informanterne veksler mellem flere forskellige praksisser. Analysen afgrænses af fire typer, dermed vil der kunne konstrueres flere typer, som vil kunne gøre sig gældende på baggrund af empirien, fordi mennesker som agenter indgår i multiple praksisser og sociale kontekster i hverdagen.

6.3 Økologisk forbrug som en klassepraksis

Mine informanter repræsenterer dels Aarstidernes mandlige kundesegment og danske mandlige økologiske bevidste forbrugere med en højsocioøkonomisk baggrund (Økologi.dk 2017; dst.dk 2017; Thomas Bøker Lund et al. 2011). Ifølge Økologisk Landsforening består '*den økologiske bevidste forbruger*' som segment af 14 % af de danske forbrugere, tilgængæld er det dén gruppe, som køber mest økologi med 34% af det samlede økologiske salg (Økologisk Landsforening 2017). Informanterne afspejler ligeledes en bestemt forbrugsgruppe med økonomiske ressourcer til at tilvælge Aarstiderne, og de prioriterer gerne at betale ekstra for Aarstidernes økologiske- og praktiske løsninger, hvilket ikke er muligt for alle forbrugere, da alle ikke har de nødvendige ressourcer til at abonnere på kassen. Klasseperspektiv har ikke været et teoretisk fokus i undersøgelsen, men som et perspektiveringspunkt er det oplagt at inddrage Bourdieus "*distinktionsteori*" med et social differentiering perspektiv bestående af blandt andet '*sociale position*', '*kulturel- , økonomisk- og social kapital*' og '*habitus*' (Bourdieu 1997:11;94). Det bourdieuanske praksisperspektiv har fokus på sociale praksisser og præferencer som social differentiering, og hvordan aktiviteter eller praksisser afspejler forskellige habituser. Hermed kan informanternes økologiske forbrugspraksis og Aarstiderne betragtes som en manifestation af en højkulturel smag konstitueret af en finkulturel præference qua, at Aarstiderne brandes som økologisk kvalitet, spændende retter og praktisk, og at man slipper for indkøb og triviell madlavning (Bourdieu 1997: 25). Brug af Aarstiderne skal i denne sammenhæng forstås som en distancering fra almen forbrug, da det konstituerer en forbrugspraksis bestående af en eksklusiv økologisk madlavning med eksotiske ingredienser og – retter. Hvilket distancerer sig fra traditionel lavkulturel dansk madkultur som konventionelle frikadeller med brun sovs og kartofler eller aftensmad i grillbaren. I dette lys kan analysens praksisidealtyper udtrykke, hvordan økologisk ressourcestærke forbrugere performer et bestemt højkulturelt økologisk forbrug i hverdagen, og at klasseperspektivet til dels kan give en perspektivering af de analytiske fund.

Klasseperspektiv kan bidrage til en ny måde at anskue netop gastroma(n)dspraksissen, der konstitueres af kvalitet, hvor økologi indgår som nydelse. Den positioneres som en høj kulturel- og økonomisk praksis, da økologisk kvalitetsprodukter og madeksperimentering forudsætter dels økonomisk kapital,

kulturel madviden og overskuddet til at kunne udføre det. I analysen af gastroma(n)dspraksissen nævnes Webergrill, specialøl, økologiske røde bøffer og speltotto, som inkarnerer en sammenkobling af økonomi og bestemte præferencer. Modsat positioneres snasket usund fastfood i protestma(n)dspraksissen sig værende en lavkulturel praksis og illegitim i visse sociale felter jævnfør, at denne type mad er i en kontrast til økologi og kvalitetsmad. Da det dels er billigt og almen.

Denne klassesdifferentiering af de to praksisser kan være en forklaring af, hvorfor grillbarer pakkes ind i dårlig samvittighed og skam (Anders, Interview 2: 25), der kan opleves som en '*symbolsk vold*' (Bourdieu 1997:104) i form af at holdes socialt accountable og negative reaktioner. Skammen kan skyldes, at den dominerende madnorm degraderer grillbarer som værende illegitime, hvoraf grillbarer har en manglende social anerkendelse, da det er i modstrid med elitens normer for legitim madkultur (ibid.:187).

6.4 Diskussion af undersøgelsens validitet

Det kommende afsnit diskuterer undersøgelsens aktive valg i form teori, metode og empiri, og hvad det har haft af betydning for undersøgelsens fund og resultater i henhold til undersøgelsens validitetskriterier bestående af '*intern- og ekstern validitet*'. Ekstern validitet indebærer derimod, hvorvidt det empirisk fund kan analytisk generaliseres på andre cases og bruges i andre forskningsmæssige sammenhænge (Antoft & Simonsen 2007:49-50).

I en undersøgelse er det væsentligt at diskutere validitet, hvorvidt undersøgelsens resultater kan accepteres som gyldige ud fra videnskabelige kriterier med afsætning i både Tanggaard & Brinkmann (2015:523) og Halkier (2015:151). Intern validitet betragtes som, hvorvidt at undersøgelsen er transparent, således at læseren kan følge undersøgelsens argumentationer, valg og overvejelser, og at konklusionens grundlag er tydeligt for læseren (Tanggaard & Brinkmann 2015:524). For at sikre undersøgelsens interne validitet har der været gennemført en løbende systematisk argumentation og diskussion for diverse tilvalg for at sikre, at undersøgelsens valg har været baseret på et rationelt og logisk grundlag. Ifølge Halkier (2015) er dette centralt for undersøgelsens interne validitet, da det er disse overvejelser og valg, der udgør grundlaget for den empiriske indsamling og heraf de analytiske fund (2015:151). Derfor har der været en systematisk gennemgang af

undersøgelsens forskellige valg af det teorifortolkende casedesign, teori, metode og interviewguide og brugen af praksisidealtyper, hvor der har været argumenteret, diskuteret og reflekteret over, hvordan mine valg har haft betydning for undersøgelsens resultater. Desuden er der opgivet bilag i form af interviewguiden, transskriberingerne, lydfiler, Aarstidernes data og Power Point slidet. Formålet med den systematiske refleksion har således været for at sikre, at undersøgelsen har været transparent for læseren, således at undersøgelsen baseres på et validt grundlag.

6.4.1 Diskussion af interviewene

I dette afsnit vil jeg gerne reflektere over mine erfaringer og refleksioner af interviewene, samt hvilke aspekter, der har haft indflydelse på empiriindsamlingen.

Interviewguiden har været essentiel i henhold til at sikre undersøgelsens interne validitet, da det har sikret interviewenes validitet qua, at de har haft samme tematiske fokus og spørgsmål på tværs af interviewene uafhængig af antal informanter (Halkier 2015:151). Dermed har der været det samme overordnet fokus i interviewene. Anvendelsen af den samme interviewguide sikrer en højnet reliabilitet, da det gør undersøgelsen gennemsigtig for andre forskere (Grønmo 2016:240-241). Dertil muliggør det for andre forskere at replicere dette studie på samme fænomener på et andet tidspunkt og opnå samme resultater (ibid.). Eftersom interviewene er formet af den sociale interaktion, kan det antages, at de samme resultater ikke nødvendigvis vil kunne påvises.

Derudover har det vist sig, at der har været nogle interviewsspørgsmål, der ikke har haft den ønskede effekt. Eksempelvis spørgsmål om hvordan mændene snakker om deres økologisk forbrug med deres omgangskreds har haft en begrænset mængde succes, derfor har jeg måtte stille spontane spørgsmål omkring dette. Retrospektivt erkender jeg, at de få antal informanter i fokusgruppe- og parinterviewene har haft en betydning for selve interviewenes interaktionsflow mellem informanterne. Som nævnt i metoden har der været en intim og dyb interaktion mellem informanterne. Hvilket har haft sine styrker, men omvendt har det lave antal af informanter betydet en intens interaktion, hvilket kan være anstrengende efter én time, og der har også været stille momenter.

6.4.2 Mandetyper

Brugen af mandetyperne i interviewene har haft en stor betydning for undersøgelsen, dels har Power Point-slidet bidraget til, at informanterne har kunne sætte ord på, hvordan de opfatter at være mand i 2019. Mandetyperne har givet informanterne et fælles grundlag for at kunne diskutere prækære emner som maskulinitet og kønsnormer. På den anden side har det været en bevidst afregning, at power pointet kunne præge interviewene i form af, at det har skærpet kontrasterne af at være mand. Den bevidste strategi har været at lave analytiske idealtyper i analysen, derfor har det medregnet, at informanterne har skulle forholde sig til 6 "markante" forskellige mænd for at tydeliggøre forskellige maskulinitetspraksisser i relation til økologisk madlavning. Særligt har mandetyperne bidraget til, hvordan informanterne opfatter mad, maskulinitet og maskuline sociale fællesskabspraksisser som fx en "herreaften" eller bæredygtighed i relation til økologi og madlavning. Derudover har mandetyperne i interviewene banet vejen for livlige diskussioner om, hvordan informanterne opfatter det at være mænd, forskellige mænd i medierne samt særligt sociale opfattelser og fordomme af mænd i nutidens Danmark. Mandetyperne har naturligvis præget, hvordan informanterne har svaret i forhold deres egen madlavning og derfor præget praksisidealtyperne.

6.4.3 Praksistypernes relevans

De analytiske fund i form af praksisidealtyperne har givet en unikhed og forklaringskraft af, hvordan informanterne performer økologisk forbrug, madlavning, Aarstiderne og forbrug i hverdagen, og hvordan de veksler mellem forskellige praksisser i hverdagen. Begrænsningen med praksisidealtyperne har tilgængæld været qua det praksisteoretiske perspektiv en manglende inddragelse af den enkelte informants livsverden og subjektivitet. Derimod har styrken ved praksisidealtyperne været muligheden for at undersøge sociale handlen, praksisser, økologisk forbrug og sociale normer på tværs af informanterne for at opnå en social viden. Selvom idealtyperne er analytisk forenklinger af informanternes sociale handlen i hverdagen, så har relevansen været, at de konstruerer og fremhæver en sammenfatning af, hvordan økologisk forbrugspraksis indgår i relation til forskellige specifikke sociale situationer, og kan til dels sige noget generelt om Aarstidernes mandlige økologiske forbrugere.

6.5 Generalisering

Undersøgelsens eksterne validitet tager afsætning i, hvorvidt det analytiske fund analytisk kan generaliseres til andre studier/cases (Antoft & Simonsen 2007:49-50). Specialets resultater er på baggrund af Aarstiderne mandlige forbrugeres udtalelser, og er som nævnt opfattet som en specifik homo social gruppe. Dette betyder også, at resultaterne funderes på en bestemt social gruppes praksis, handlen, normer og livsstil. Derved kan der argumenteres for, at muligheden for at generalisere på tværs af alle økologiske forbrugere eller generelle forbrugspraksisser hos mænd, kan være begrænset. Dermed kunne en inddragelse af andre økologiske forbrugere eller et brede udsnit af mandlige forbrugere af andre samfundslag potentielt nuancere resultaterne. De analytiske fund kan til gengæld generaliseres til lignende cases, hvor der er fokus på en niche forbrugsgrupper eller - forbrugspraksisser, der på mange måder kan være lignende økologisk- eller bæredygtigt forbrugsstudier med afsætning i forbrugere, der aktiv tilvælger specifikke produkter. Undersøgelsens bidrag til andre cases/studier er, vigtigheden af at medtænke hvordan forbrugere indgår i og som bærer af multiple praksisser simultant. Da forbrugerne veksler mellem forskellige forbrugspraksisser afhængig af den kontekst, de befinder sig i. I forlængelse af dette kan man endvidere undersøge Aarstiderne kvindelige økologiske forbrugere eller lave et komparativt studie af deres mandlige- og kvindelige forbrugeres økologiske praksisser, kønsperformativitet, og hvordan disse elementer indgår i forskellige specifikke praksisser på baggrund af køn.



Konklusion

7.0 Konklusion

Specialet har undersøgt følgende problemformulering: *"Hvordan kan økologisk forbrug forstås som et kønnet fænomen? Og hvordan kan det hjælpe os med at forstå mænds forbrugspraksis i forbindelse med brug af økologi?"*. Problemformuleringen har været at forstå, hvordan Aarstidernes mandlige kunder anskuer økologisk forbrug som kønnet, dertil hvordan det kan forklare mænds forbrugspraksis.

Til den første del af problemformuleringen; *"Hvordan kan økologisk forbrug forstås som et kønnet fænomen"* har de analytiske fund i empirien påvist, hvordan økologisk forbrug kan anses som maskulin i relation til økologisk kød, sundhed og nydelse. Disse forskellige forbrugs- og madlavningspraksisser anses som legitime måder at gøre maskulinitet på. Hvorimod i andre situationer og praksisser fremstår økologi som feminint, og i opposition til traditionelle maskulinitetspraksisser, når man eksempelvis spiser snasket fast food i grillbaren eller andre maskuline arenaer som til en herreaften.

Til anden del af problemformuleringen; *"Og hvordan kan det hjælpe os med at forstå mænds forbrugspraksis i forbindelse med brug af økologi?"* har praksistyperne haft en væsentlig rolle med udgangspunkt i madlavning som en måde at anskue mændenes brug af økologi og forbrug på. I *gastroma(n)dspraksissen* kan økologi hjælpe os med at forstå, at der gøres en bestemt forbrugspraksis konstitueret af kvalitetsprodukter, eksperimentering og feinschmeckeri. I *helsema(n)dspraksissen* bidrager økologi til en sundhedsbevidst forbrugspraksis konstitueret af lowcarb produkter, vegetar/flexitar og økologiske grøntsager. Hvorimod forbrugspraksissen i relation til *protestma(n)dspraksissen* består af et bevidst fravalg af økologi, da det ikke forbindes med traditionel snasket usundt fast food. Til sidst viser *den grønne ma(n)dspraksis* en forbrugspraksis konstitueret af økologi, mindre kød/kødfri og samtidigt en manifestation af andre bæredygtige overvejelser i hverdagslivet såsom mindre flyforbrug. De udviklede praksistyper bidrager hermed med et kvalitativt praksisteoretisk perspektiv på forbrugers valg og brugen af økologisk forbrug, og de har påvist, hvordan informanterne veksler mellem forskellige forbrugspraksisser i hverdagen, afhængig af den sociale kontekst de befinder sig i.

Afslutningsvis vil jeg gerne komme med et praktisk løsningsforslag til Aarstiderne eller andre interessenter. Virksomheder skal være bevidste om, hvordan de markedsfører sig til mandlige forbrugere – både interne- eller potentielle kunder. Måltidskasserne kan have en mere nuanceret maskulin appel i eksempelvis madretterne, der kan fremme gastroma(n)dens appetit for nydelse, kvalitet og feinschmeckeri med brugen af økologiske inspireret finkulturelle retter, der både kan være med kød/kødfri. Derudover kan Aarstiderne appellere økologi til protestma(n)dspraksissen, hvor der er et uforløst potentielle, hvis man formår at eksperimentere med "lidt forbudt" snasket madretter såsom hotdogs eller bøfsandwich indeholdende "skjulte" økologiske grøntsager, hvori sundhedsaspekter ligeledes fremmes. Dog vil jeg fraråde en stereotyp overfladisk traditionel maskulin markedsføring fx salater med bacon pakket ind i et machomand narrativ. På baggrund af min analyse, vil det sandsynligvis blot anses som en nedladende appel til denne gruppe mænd. Derfor kan være en efterspørgsel af en måltidskasse bestående af både sunde økologisk salatretter som "hverdagsmad" og samtidig have "weekendmad" i form af økologisk grillbarmad som hotdogs eller bøfsandwich. Mad kan vel sagtens være "økologisk snasket"?

8.0 Litteraturliste

8.1 Primære kilder

Bourdieu, Pierre (1997): '*Socialt rum og symbolsk rum*' i Pierre Bourdieu: Af praktiske grunde. Omkring teorien om menneskelig handle. København: Hans Reitzels Forlag.

Collin, Finn (1998): "Socialkonstruktivisme og den sociale virkelighed", in Bertilsson, Margareta & Järvinen, Margaretha: Socialkonstruktivisme. Bidrag til en kritisk diskussion, Denmark: Hans Reitzels Forlag. (41-67).

Collin, Finn. (2015): Socialkonstruktivisme. I M. Jacobsen, K. Lippert-Rasmussen, & P. Nedergaard. (red.), *Videnskabsteori i statskundskab, sociologi of forvaltning*. København: Hans Reitzels Forlag. 3.udgave. (325-364).

Connell, R. W. (2005): "The Social Organization of Masculinity" (cap.3). In *Masculinities*. Cambridge, UK: Polity Press. 2.udgave

Cramer, Christopher (2002): *Homo Economicus Goes to War: Methodological Individualism, Rational Choice and the Political Economy of War*, World Development, 30, issue 11, (1845-1864)

Grønmo, Sigmund (2016): Samfunnsvitenskapelige metoder, 2 utgave [Social Science methods, 2nd Edition].

Halkier, Bente (2008): *Fokusgrupper*, Samfundslitteratur & Roskilde Universitetsforlag, 2.udgave.

Halkier (2015). *Fokusgrupper* (kapitel 6) i Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (red.) (2015). *Kvalitative metoder: En grundbog*. (2 udg.) København: Hans Reitzels Forlag.

Jacobsen, M. H. (2007): Adaptiv teori - den tredje vej til viden: en stående invitation til syntesesociologi. In M. H. Jacobsen, R. Antoft, S. Kristiansen, & A. Jørgensen (red): *Håndværk og horisonter: tradition og nytænkning i kvalitativ metode*. Odense: Syddansk Universitetsforlag. Studies in History and Social Sciences, No. 336. (249-291).

Krueger, R.A. (1988): Focus Groups: A practical guide for applied research. Sage, UK.

Layder, Derek (1998): *Sociological Practice*. London: Sage.

- Kapitel 4: ("Social research and concept-indicator links"); Kapitel 5: ("From theory to data").

Leer, Jonathan (2014): *Ma(d)skulinitet: Maskulinitetskonstruktioner i europæiske madprogrammer efter "The Naked Chef" i lyset af "den maskuline krise"*. Københavns Universitet, Det Humanistiske Fakultet.

Lund, Thomas Bøger; Jensen, Katherine O'Doherty and Andersen, Laura Mørch (2011): Økologiske forbrugere i Danmark – hvem er de? I Tveit, Geir and Sandøe, Peter (red.) *Økologiske fødevarer - hvor bevæger forbrugerne sig hen?*. Center for Bioetik og Risikovurdering, Frederiksberg, chapter 1, (13-26).

Riis, Ole (2005): *Samfundsvidenskab i praksis: Introduktion til anvendt metode*. København: Hans Reitzels Forlag.

Rosa, Hartmut (2014): *Fremmedgørelse og Acceleration*. København: Hans Reitzels Forlag. (17-40).

Tanggaard, Lene & Brinkmann, Svend (2015): *Kvalitet i kvalitative studier* i Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (red.) (2015). i *Kvalitative metoder: En grundbog*. (2 udg.) København: Hans Reitzels Forlag.

Warde, Alan (2005): *Consumption and Theories of Practice*. Journal of Consumer Culture, (131-153).

Willig, Rasmus (2013): *Kritikkens U-vending*. København: Hans Reitzels Forlag.

8.2 Forskningsrapporter- og artikler

Akehurst, Gary; Afonso, Carolina; Gonçalves, Helena Martins (2012): "Re-examining green purchase behaviour and the green consumer profile: new evidences", Management Decision, Vol. 50 Issue: 5, (972-988)

Aarseth, Helene & Olsen, Bent Marianne (2008): "Food and masculinity in dual-career couples", Journal of Gender Studies, 17:4, (277-287).

Anderson, Eric & McGuire, Rhidian (2010): *Inclusive masculinity theory and the gendered politics of men's rugby*, Journal of Gender Studies, 19:3, (249-261).

Boecker, Henning (2008): *"The Runner's High: Opioidergic Mechanisms in the Human Brain"*, Cerebral Cortex. Oxford University Press

Brough, Aaron R.; Wilkie, James E. B.; Ma, Jingjing; Isaac, Mathew S.; Gal, David (2016): *Is Eco-Friendly Unmanly? The Green-Feminine Stereotype and Its Effect on Sustainable Consumption*, Journal of Consumer Research, Volume 43, Issue 4, 1 December 2016, (567–582).

Cairns, K., Johnston, J., & Baumann, S. (2010): *CARING ABOUT FOOD: Doing Gender in the Foodie Kitchen*. Gender and Society, 24(5), (591-615).

ICROFS (2015): *Økologiens bidrag til samfundsgoder- Vidensyntese* 2. udgave, 1. oplag (1-16). (Den korte version med resume og konklusioner). Trykt Randers.

Gal, David and James Wilkie (2010): *"Real Men Don't Eat Quiche Regulation of Gender-Expressive Choices by Men,"* Social Psychological and Personality Science, 1 (4), (291–301).

Halkier, B., & Jensen, I. (2008): *Det sociale som performativitet: Et praksisteoretisk perspektiv på analyse og metode i Dansk Sociologi*, 19(3), (49-68).

Halkier, Bente (2009): *Suitable Cooking? Performances and Positionings in Cooking Practices among Danish Women*. Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research. 12. (357-377).

Leer, Jonatan (2015): *TV-kokken som kønsopdrager*. K&K - Kultur Og Klasse, 43(120), (83-102).

Reckwitz, A. (2002): *Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing*. European Journal of Social Theory, 5(2), (243–263).

Roberts, James A., (1996): *Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Advertising*, Journal of Business Research, 36, issue 3, (217-231).

Rogers, Richard A. (2008): *Beasts, Burgers, and Hummers: Meat and the Crisis of Masculinity in Contemporary Television Advertisements*, Environmental Communication, 2:3, (281-301).

Straughan, Robert D.; Roberts, James A. (1999): *Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium*, Journal of Consumer Marketing, Vol. 16 Issue: 6, (558-575).

Madsen, Svend Åge (2016): *Hvad er der los mand?* Behandlerbladet. Diabetes foreningen. December 2016, udgivelse nr. 43.

West, Candace & Zimmerman, Don H. (1987): *Doing Gender*. Gender & Society, 1(2), (125–151).

Zhao, Hui-hui & Gao, Qian & Wu, Yao-ping & Wang, Yuan & Zhu, Xiao-dong. (2014): *What affects green consumer behavior in China? A case study from Qingdao*. Journal of Cleaner Production. 63. 143–151. 10.1016/j.jclepro.2013.05.021.

Økologisk Landsforening (2018): *Organic foods in Denmark - key results*, feb 2018. Wave 2 the campaign "ren madglæde". Markedsrapport. Epinion.

Økologisk Landsforening (2015): *Den nye økologi*. Finansieret af Erhvervs- og Vækstministeret. Udarbejdet af First Move-bureau.

8.3 Andre artikler

Alt for damerne (2013): "Thomas Rode: Jeg er blevet en meget bedre mand". Artikel. D. 24/7/2013. Hermansen, Anne. Via <https://www.alt.dk/sundhed/thomas-rode-andersen-jeg-er-blevet-en-meget-bedre-mand>, d.24/5/2019.

Berlingske (2012): "Kinagrillen er et uddøende fænomen". Artikel. D. 20/11/2012. Larsen, Christian Nørgård. Via <https://www.berlingske.dk/kultur/kinagrillen-er-et-uddoeende-faenomen>, d.15/8/2019.

Århus Universitet, Business and Social Science (2017): "Økologiske forbrugere mener det alvorligt". Artikel. D.21/9/2017. Schrøder, Michael. Via <https://bss.au.dk/om->

aarhus-bss/nyheder/vis/artikel/oekologiske-forbrugere-mener-det-alvorligt/, d. 20/8/2019.

DR.dk (2015): "Mange ufaglærte og håndværkere gider ikke motion og grøntsager". Artikel. d.7/1/2015. Helsborg, Thomas. Via <https://www.dr.dk/levnu/krop/mange-ufaglaerte-og-haandvaerkere-gider-ikke-motion-og-groentsager>, d. 14/4/2019.

DR.dk (2018): "Morgenthaler: Jeg fatter ikke, at politikere virker ligeglade med klimaet". Artikel. D. 28/6/2019. Heide, Christoffer. Via <https://www.dr.dk/nyheder/viden/klima/morgenthaler-jeg-fatter-ikke-politikere-virker-ligeglade-med-klimaet>, d. 18/4/2019.

DR.dk (2019a): "Dancake, flæskevær og frysepizza: Derfor spiser vi den forbudte mad, selvom vi ved, vi ikke bør". Artikel. D. 28.april 2019. Knudsen, Jeppe Kyhne. Via <https://bit.ly/2kdYUFC>, d. 6/6/2019.

DR.dk (2019b): "Spise med Price". Via <https://www.dr.dk/mad/program/spise-med-price>, d. 18/4/2019.

Finans.dk (2019): "Casper Christensen sætter sine penge på vegetariske måltidskasser". Artikel. d.5/3/2019. Elmstrøm, Nanna. Via <https://finans.dk/erhverv/ECE11231126/casper-christensen-saetter-sine- penge-paa-vegetariske-maaltidskasser/?ctxref=ext>, d. 14/4/2019.

Landbrug og Fødevarer (2017): "Ny undersøgelse: Nu køber mænd og kvinder økologisk lige ofte", udgivet 3/1/2017. Via <https://lf.dk/aktuelt/nyheder/2017/januar/ny-undersoegelse-nu-koeber-maend-og-kvinder-oekologisk-lige-ofte>, d. 19/1/2019.

Ritzau (2018): "Coop klar med levering af mad til døren om søndagen?". Udgivet d. 29/8/2018. Via <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/coop-klar-med-levering-af-mad-til-doren-om-sondagen?publisherId=90407&releaseId=13427391->, d. 26/1/2019.

Politiken (2018). Ritzau: "Danskerne er verdensmestre i økologi". Udgivet 14/2/2018. <https://politiken.dk/indland/art6338667/Danskerne-er-verdensmestre-i-%C3%B8kologi>, d. 2/3/2019.

Videnskab.dk (2016): "*Forskningen kan ikke bevise, at økologi er sundt*". Udgivet 11/1/2016. Artikel. Lange, Sedsel Brøndum. Via <https://videnskab.dk/miljo-naturvidenskab/forskningen-kan-ikke-bevise-okologi-er-sundt>, d.26/8/19.

Økologisk landsforening (2018a): "Markedsnotat". Via https://issuu.com/okologidk/docs/markedsnotat_2018_-_enkeltsider, d. 19/1/2019.

Økologisk Landsforening (2018b): "Kvinder er klogest på økologi". Udgivet: 22/6/2018b via

<https://okologi.dk/newsroom/2018/06/kvinder-er-klogest-paa-oekologi> d. 19/1/2019.

8.4 Hjemmesider

Arla (2018): "Danskerne bruger flere penge på økologi" udgivet d. 23/10/2018. Via <https://www.arla.dk/om-arla/nyheder/2018/pressrelease/danskerne-bruger-flere-penge-paa-oekologi-2776843/>, d. 2/2/2019.

ConZoom (2019): "ConZoom grupperne". Via <https://conzoom.dk/om-conzoom/conzoom-danmark/>, d. 13/6/2019.

Debatten (2018): "Skal vi droppe kødet?". Vist d.18/10/2018. Via <https://www.dr.dk/tv/se/debatten/debatten-dr2/debatten-2018-10-18>, d.14/4/2019.

Fødevarestyrelsen (2019): "Økologi" Via <https://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevare/Oekologi/Sider/Oekologi.aspx>, d. 14/4/2019.

Genius (2019): "The Village People: Macho Man". Via <https://genius.com/Village-people-macho-man-lyrics>, d.24/5/2019.

Rigtig mad (2019): "Velkommen til din madklub". Via <https://www.rigtigmad.dk/velkommen-til-din-madklub/>, d. 14/4/2019

Thomas Rode Blog (2019): "Om Thomas" Via <http://thomasrodeblog.com/om-thomas/>, d. 18/4/2019.

Tour de Grillbar (2015): "Jøjs Kanal". Udgivet d. 18/11/2015. Via <https://www.youtube.com/watch?v=U2rjFvjMakE>, d.1/4/2019.

Verdensmålene.dk (2019): "Hvad er bæredygtighed" Via https://www.verdensmaalene.dk/sites/default/files/Hvad%20er%20b%C3%A6redygtighed_DAC.pdf, d14/4/2019.

Økologisk Landsforening (2017): "Arketyperapport". Udgivet i 2017. Via <https://okologi.dk/media/2022127/arketyperapport-2017.pdf>, d. 27/1/2019.

Aarstiderne (2019): Via <https://www.aarstiderne.com>. D.2/9/2019

8.5 Billeder

Link til billederne:

<https://www.dropbox.com/sh/xx2aas6klpr5kzr/AABMV5mz6Ox6dTP61uioVFXia/Produkter?dl=0&fbclid=IwAR1ZtTWqZB5rKotxN2gUJJCA8quFeA5dFqENdMYxOwoaRVOb-P6ujrsVgOc>

(Designarbejdet af diverse billeder er lavet af den seje og min veninde Sarah Blicher Brunsgaard Bek)

9.0 Bilag 1: Interviewguide

Jeg har skemalagt både mine forsknings- og interviewsspørgsmål, hvor jeg giver et overblik over mine spørgsmål, som jeg har taget udgangspunkt til mine to fokusgruppeinterviews. Derudover har jeg i højre kolonne "Rationalet og refleksionerne" løbende argumenteret for mine tanker og refleksioner bag valg af temaet og spørgsmålene.

Forskningsspørgsmål	Interviewsspørgsmål	Rationalet og refleksionerne
Introduktion	Introduktion: 5 min. – lynrunde! Kort om mig, emne og de praktiske aspekter, og hvordan det kommer til at foregå de næste 2 timer. Jeg vil lyd- og videooptage samtalen som en del af min undersøgelse for at dokumentere det hele. I kan være anonymiseret, hvis I ønsker det, det er nemlig ikke et problem. • Kort introduktion: Formålet er at snakke og diskutere forskellige emner som mad, økologi, Aarstiderne og at være mand i det moderne samfund. Alle svarer, oplevelser og erfaringer er <u>lige vigtige og relevante</u>, så der er ingen rigtige eller forkerte svar. Her behandler vi hinanden med respekt. • En navne præsentation (Halkier 2008:54)	Formålet er, at deltagerne introduceres til mig, emnet og "arrangementet". Her åbnes der op for, at jeg som moderator skaber de sociale betingelser og rammer for fokusgruppeinterviewet, så deltagerne føler sig trygge, eftersom at deres inputs er min empiriske data (Halkier 2008:51). En navnerunde muliggør, at deltagerne får præsenteret sig og en måde at "bryde isen", hvilket har til formål at lette stemningen i rummet (ibid.:52).
Indledende og åbent spørgsmål: + opfølgende spørgsmål	Åbningsrunden: 5 min • Hvornår og hvorfor startede I med at abonnere hos Aarstiderne?	Mulighed for at inddrage deltagerens egne ræsonnementer for deres til af økologi og Aarstiderne
Tema 1: Økologisk forbrugspraksis • Hvordan er økologisk forbrug og Aarstidernes måltidskasser en del af deltagerens hverdagspraksis?	Hvordan performer de økologisk forbrugspraksis: 30-40 min. • [Direkte spørgsmål] Hvor ofte køber I økologi eller modtager måltidskasserne om ugen? • Hvorfor har I stadigvæk valgt Aarstiderne, hvis I kan komme med nogle korte forklaringer? (Forventer her, at der kommer forskellige aspekter • [sondrende spørgsmål] Hvor ofte køber I selv ind til mad?	Formål: Jeg vil gerne stille spørgsmål, som kan belyse deltagerens hverdagspraksis om økologi er en del af det? Fx deres rutinemæssige handlinger, tanker og krops/mentale aktiviteter. ' Endvidere vil jeg gerne have belyst, hvordan sociale normer regulerer, begrænser eller muliggør deres performativitet?

- Hvordan performer de den økologiske livsstil udover købet af Aarstidernes måltidskasser? - Hvilke reaktioner oplever de i hverdagen og i interaktioner, når de udfører deres økologiske livsstil i sociale interaktioner med deres omgangskreds eller sammen med andre mænd? (fx til selskaber, samtaler osv.) - Hvordan sammenkøbes den økologiske forbrugspraksis sig til andre praksisser? Madlavnings-, maskulinitets-, arbejds-, Familiepraksis? Osv.	- Hvilke produkter ender i kurven? - Hvilke tanker gør I jer i forbindelse med indkøb? - Hvordan koordinerer I med indkøb i forhold til jeres hverdag? [Specifikt spørgsmål] Har I fortalt jeres omgangskreds (familie, venner og kollegaer) om jeres valg af måltidskasserne? - Hvis ja, hvilke kommentarer har I mødt? - Hvis nej, hvorfor har I ikke det? [Sondrende spørgsmål] Hvordan er madlavningsfordelingen hjemme hos jer i hverdagen? [Opfølgende spørgsmål] Hvordan er jeres tilgang til mad? (Sundhed, nydelse eller som praktisk?), og hvad er for noget mad, kan I godt lide at lave?	Sidste spørgsmål om madlavningen i hverdagen: Inspireret af Aarseth & Olesen og Halkiers madstudier omkring madlavningspraksis og køn.
Tema 2: Maskuline idealtyper Hvordan opfatter deltagernes på 6 forskellige maskuline idealtyper, som praksisser maskulinitet på forskellige måder? Hvilke idealtyper performer en passende maskulinitetspraksis	Maskulinitetstyper: 15-20 min. Jeg vil nu vise jer 6 forskellige mænd: - Jeg vil gerne have, at I sætter ord på, hvilke opfattelser I har til disse forskellige mænd. - Kan I genkende jer selv i, hvordan deres tilgang er til mad? - Maskulinidealtipe 1 – den økologiske progressive krops - og kostorienteret mand. - Stikord til mig selv: træning, mad, kost og økologi, kvalitetsmad. - Præsentation til informanterne: Thomas Rode: TV og mesterkokken, Stenalderkosten, "Rigtigmad" og de sociale medier. - Maskulinidealtipe 2- den kreative økologisk mand:	Jeg vil fremvise 6 billeder, videoer eller lyd af forskellige mænd, som skal symboliseres forskellige moderne mad- og maskulinitetspraksis. Dertil vil jeg kort præsentere mændene og sætte dem i en kontekst, således deltagerne forstår, hvilket narrativ jeg italesætter idealtyperne ind i. 3 økologiske idealtyper; kropsorienteret, kreative, politisk aktivistiske 1 traditionel og økologisk-kritisk maskulinitetstype (skeptikeren), 1 provinsiel traditionel maskulinitetspraksis /

	○ Stikord til mig selv: Kreative klasse, metropol livsstil, elitær, ressourcestærk, Københavner ○ Præsentation til informanterne Casper Christensen: : Komiker, tv, kreative type, investor i Simple Feast, nylig veganer, Københavner, kreativ og showbusiness, livsnyder, "jetset". • Maskulinideatype 3: Den politiske aktivistiske økologiske mand. ○ Stikord: Moderne progressive værdier, metroseksualitet (Leer), politisk bevidst, veganer/vegetar, aktivistisk og klimakriger, typisk metropolorienteret: ○ Præsentation til informanterne: Anders Mogenthaller, tegner, satiriker, klimadebattør, undgår at flyve og har en Tesla bil. • Ideatype 4: - Den traditionelle kulturelle maskuline mand ○ Stikord til mig: En mand som værner om at opretholde de traditionelle maskuline idealer om bøf, bajer og burger (Review). Denne type mand går op i kvalitet og opretterholder fortidens dyder som kød, øl, jagt og afviger fra moderne grønne madtendenser som bulgur, vegetarisme osv. ○ Præsentation til deltagerne: Brødreinde Price. To mænd, som nyder at lave mad og laver gerne traditionelle retter og gastronomiske retter. De går ikke ned på sovs eller franske retter, og der skal være rigeligt med smør. • Ideal type 5: "Skeptikeren"/ provinsiel traditionel maskulinitetspraksis– ○ Stikord til mig selv: Adskiller sig fra ideal type 4, da denne type har en mere lav kulturel maskulinitetspraksis. Denne type foretrækker fedtet og usundmad fra grillbar. Denne type af mand foretrækker bøf, bajer, burger frem for økologisk bulgursalat og yoga. Altså denne ideatype illustrerer "skeptikeren" fra Arketyperapporten 2017 og den traditionelle mand, som optræder i Jonatan Leers analyse + Rogers-studie. ○ Præsentation til informanteren: Dennis Okkerstrøm har lavet en youtubekanal - Tour de grillbar, hvor han anmelder	"Brian"-maskuline type, som repræsenterer en provinsiel og traditionel maskulinitet, som er inspireret af Leers analyse. - 1 "pragmatikeren"-maskulintype, som ser madlavning som en del af hverdagens pligter. Mine idealtyper er dels inspireret af Økologisk Landsforenings Arketyperapporten, review: Dual Couples, Foodies, Halkiers ideatype-tilgang, Leer og Rogers artiklen om burger og tofu. Formålet er at få deltagerne til at reflektere over forskellige normer, forestillinger og betragtninger af forskellige maskulinitetspraksisser i nutidens samfund.
--	---	---

	grillbarer – alt fra Bøfsandwich med sovs til pølsemix. - Idealtipe 6: Den pragmatiske mand, der er pragmatisk i forhold til madlavning - Præsentation til deltagerne: Måske kender I det selv? Det er manden med karriere/arbejde, travlt med familie. Mad er en opgave i hverdagen, og ikke et længerevarende projekt.	
Tema 3 - Kønspersformativitet Hvordan deltagerne performer deres køn og maskulinitetspraksis + legitim/illegitim maskulinitetspraksis. - Hvordan bruger deltagerne økologi i relation med deres maskulinitet? - Hvordan oplever deltagerne selv de sociale normer og køns-kategoriske forventninger til økologi og måltidskasserne i forhold til en mand? - Oplever de, at økologi og	Kønsrelaterede spørgsmål: 30-40 min. [Åbent sondrende spørgsmål] Hvem tror I, der køber mest Aarstiderne og økologi – mænd eller kvinder? [Opfølgende]Hvorfor tror du, at det er mænd eller kvinder? - Jeg kan fortælle jer, at det viser sig, at der er flest kvinder, som abonnerer på Aarstiderne, hvorfor tror I det? - Når det nu er kvinderne, som køber mest Aarstiderne, tror I, at det kan have noget at gøre med, at økologi kan ses som noget feminint? - Hvorfor tror I/tror I ikke det? - Synes I, at mænd og kvinder laver det samme slags mad? [Hell Merry:] Hvis der opstår stilhed/ et ønske om et eksempel: Har mænd og kvinder den samme interesse for bøf, bulgur og brun sovs?	Formål: Jeg vil gerne belyse, hvilke køns-kategorier deltagerne oplever i deres hverdag i henhold til legitime maskulinitetspraksis, normer til mænd og økologi. Jeg er særligt interesseret i, hvordan de oplever kønsfremstillingen i medierne? Og om det påvirker dem i deres hverdag? Derudover ønsker jeg også at fokusere på, om der er sociale aspekter eller barrierer, som påvirker eller udfordrer deres økologiske valg? Til sidst vil jeg gerne spørge ind til, hvordan de gør økologi, om hvorvidt det er noget, som de gør i fællesskab med andre mænd og særligt til arrangementer.

Aarstiderne er en passende maskulin performativ? ○ Hvilke reaktioner oplever de af andre i forlængelse af dette? • Hvad er deres egne tanker om at være moderne mand og købe Aarstiderne? Deres egne ord på at performe en legitim moderne mand i 2019.	○ Hvis ja, hvad kan I sætte ord på, hvad der kendetegner "mandemad" eller maskulin mad? ○ Hvis nej: I jeres hverdag spiser kvinderne det samme som mænd? ○ Hvis nej. Jeg vil gerne spørge jer, om I kan forestille jer/ har lavet en bulgur salat ret til/med jeres mandlige venner og familiemedlemmer? • Hvordan er jeres økologiske vaner, når I har mandlige gæster på besøg eller besøger dem? Spiser I også økologi – fx til fodbold, film eller festlige arrangementer som grill? • Hvordan oplever I det, når der bliver snakket om økologi mellem jeres mandlige venner, kollegaer og familie? ○ Hvis de oplever det, kan I så uddybe det? ▪ Oplever I, at det er et nemt emne at drøfte med? - Hvis nej, hvorfor tror I, at det ikke er blevet snakket om? [Sondrende kollektivt spørgsmål] Når I hører person X, kan I genkende det? Hvad får det jer til at tænke på? [Hell Merry: Hvis ingen har snakket om økologi med deres omgangskreds. Spørg: Hvorfor er det ikke noget, I har snakket om med jeres omgangskreds? Mad er jo altid et samtaleemne.]	
---	--	--

	• Har I andre mandlige venner, kollegaer og familiemedlemmer, som også modtager Aarstiderne eller køber økologi?	
Tema 4: Grønt forbrug (Hvis der er tid til flere spørgsmål) • Hvorvidt er deres rutinemæssige forbrugspraksis udtryk for en bevidst grøn forbrugsstrategi? • Hvilke etiske, politiske, sundhedsmæssige og moralske overvejelser gør de sig i hverdagen, når de forbruger? (Krop/mentale aktivitet) • Oplever de, at deres forbrugspraksis har en indflydelse på den bæredygtige omstilling?	Afrundingsrunde – den grønne vinkel: 15-20 min. • Her til sidst vil jeg gerne afrunde med et par spørgsmål. (Afhængig af folks tidligere svar til, hvorfor de stadigvæk har Aarstiderne. Hvis de har svaret: miljø, bæredygtighed, klima, pesticider, tag fat i hvad folk tidligere har nævnt omkring klima) • Hvordan/Ser I jeres tilvalg af Aarstiderne og økologi som en måde at være bæredygtig på? • Går I op i bæredygtighed? ◦ Hvis ja, hvordan praktiserer I det i hverdagen? • Hvis ja, hvilke bæredygtige overvejelser gør I, når I handler ind og generelt i hverdagen? • Hvor meget betyder bæredygtig og miljøet, når I handler ind eller spiser? ◦ Hvis ja, hvilke bæredygtige tanker gør I jer? • Tror I, at jeres og forbrugerens valg påvirker verden? • Oplever I nogle barrierer i hverdagen i forhold til at handle grønt som bæredygtighed og økologi?	Formål: Spørge deltagerne, om de har nogle bæredygtige overvejelser i hverdagen i forbindelse med forbrug og madindkøb? Her ser jeg bæredygtighed en social praksis, som kan være sammenkoblet til deres forbrugspraksis og madlavningspraksis. Det kan være interessant, hvis de er bæredygtige interesseret, hvordan manifesterer det sig i indkøbskurven/måltidskassen? Derudover vil jeg gerne spørge ind, om de oplever nogle barrierer i hverdagen i forhold til at agere grønt, hvilket er i tråd med praksisteori jf. fokus på praksisser og handlinger i samspil i med strukturer og normer.
Afslutning	Så har vi vist også været godt omkring emnet. Tusind tak for jeres tid.	