ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Boye, Heidi

Doctoral Thesis

Fødevarer og sundhed i senmodernismen: En indsigt i hyggefænomenet og de relaterede fødevarepraksisser

PhD Series, No. 19.2010

Provided in Cooperation with:
Copenhagen Business School (CBS)

Suggested Citation: Boye, Heidi (2010) : Fødevarer og sundhed i senmodernismen: En indsigt i hyggefænomenet og de relaterede fødevarepraksisser, PhD Series, No. 19.2010, ISBN 9788759384329, Copenhagen Business School (CBS), Frederiksberg, https://hdl.handle.net/10398/8050

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/208754

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Fødevarer og sundhed i senmodernismen

- En indsigt i hyggefænomenet og de relaterede fødevarepraksisser

Forfatter: Heidi Boye

Vejledere: Torben Hansen og Thyra Uth Thomsen

Forord

At have tid til at tænke og tid til fordybelse synes at være et privilegium i et samfund, hvor alt kun kan gå for langsomt. Det var en af årsagerne til, at jeg forlod mit job som strategisk medierådgiver og søgte en ph.d. stilling på et treårigt forskningsprojekt, hvor formålet var at forstå forbrugerne på det moderne fødevaremarked. Og det har jeg bestemt ikke fortrudt. Det åbnede dørene for en masse spændende viden og udfordringer, og et forskningsmiljø som jeg nok var lidt skeptisk over for i starten, men som jeg nu finder berigende at være en del af.

At færdiggøre denne ph.d. har for mig været som et treårigt Tour de France cykelløb. Processen har været kendetegnet ved dage med lange flade etaper, hvor skrivningen har kørt stille og roligt derudad, til bjergetapperne – det lange seje træk hvor produktiviteten faldt, og der blev grublet over forskellige problemstillinger og små tvists. Lige indtil der pludselig gik hul på bylden, og det igen gik ned ad bakke med vinden i ryggen, og jeg skrev på liv og lyst, så det næsten kunne være svært at stoppe. Der har været hviledage i ny og næ, hvor der blev samlet kræfter og fornyet energi, så jeg var klar til en ny dag foran computeren. Og så har der været perioder, hvor en hviledag har været tiltrængt, men hvor det bare var op på cyklen og af sted. Ved vejs ende er der ingen tvivl om, at det fagligt som personligt har været en givtig og udfordrende proces, som jeg ikke ville have været foruden.

En ting vil jeg dog pointere. Dagen kom aldrig, hvor afhandlingen skrev sig selv, som min ene vejleder flere gange i forløbet lovede mig. Han må have henvist til dagene med vind i ryggen, som der ganske rigtigt også har været en del af.

Tak til mine to vejledere Torben Hansen og Thyra Uth Thomsen for jeres tid og engagement, og ikke mindst tak til venner og familie som gennem processen har lagt ører og øjne til meget og været en stor hjælp – både på bjergetaperne og hviledagene.

Heidi Boye

September 2009

Indholdsfortegnelse

Kapitel 1: Indledende kapitel 1

Introduktion 1

Genstandsfelt og problemstilling 2

Problemformulering 5

Afgrænsninger 6

Metoder 7

Afhandlingens indhold og organisering 10

Kapitel 2: Teoretiske perspektiver inden for fødevareforskningen 15

Funktionalismen 16

Strukturalismen 18

Claude Lévi-Strauss 18

Robert Barthes 20

Mary Douglas 21

Pierre Bourdieu 22

Poststrukturalismen 24

Afhandlingens position 26

Kapitel 3: Fødevareforbrug og sundhedskonstruktioner i senmodernismen 30

Senmodernismens konturer 32

Myndighedernes sundhedsdiskurs 34

Myndighederne som disciplinerende instans 37

Nicolas Roses styringsformer 39

Placering af ansvar 43

Mediernes indflydelse 44

Ekspertsystemernes rolle 46

Producenternes bidrag 47

Etablering og overførelse af betydninger 49

Opsamling 52

Kapitel 4: Forbrug i transition 54

Forbrugstendenser 55
Det refleksive forbrug 59
Kroppen – forlængelsen af selvet 61
Sundhedsfænomenet i samtiden 62
Forbrugernes fødevareperceptioner 65
Rationelle forbrugere? 67
Opsamling 68

Kapitel 5: Det hedonistiske forbrug 70

Traditionel og moderne hedonisme 71
Moderne hedonisme og den gode smag 73
Hedonismens berettigelse 76
Opsamling 80

Kapitel 6: Fødevarer i sociale relationer 82

Fødevarer som betydningsbærer 83
Den sociale konstellation 85
Situationelle påvirkninger 88
Det fælles måltid 90
Det hyggelige samvær 95
Opsamling 98

Kapitel 7: Sociale praksisser 100

Praksisteoriens udgangspunkt 101
En forståelse af praksisser 102
Typer af praksisser 105
Bourdieus praksisteori 106
De subjektive betingelser – habitus, kapital og praksis 108
De objektive strukturer – felter og det sociale rum 111

Den sociale orden 112
Socialklasser, praksisser og forbrug 114
Opsamling 116

Kapitel 8: Kvantitativ undersøgelse af hyggelige situationer 118
Baggrund for undersøgelsen 119
Spørgeskemaet i hovedtræk 120
De seks situationer 121
Operationalisering af de seks situationer 124
Måling af koncepter 127
Hygge 127
Fødevarer 132
Hyggeelementer 133
Demografiske personkarakteristika 134
Dataindsamling 135
Vurdering af reliabilitet og validitet 135

Kapitel 9: Resultater af en kvantitativ undersøgelse af hyggelige situationer 137
Hygge som socialt og individuelt fænomen 138
Hyggeelementer 141
Mad og hygge 148
Alkohol og hygge 153
Opsamling og diskussion 156

Kapitel 10: Kvalitativ undersøgelse af hyggefænomenet 159
Baggrund for fokusgruppeinterview 160
Udvælgelse af deltagere 162
Jan 164
Kim 164
Pernille 165
Karina 166

Tobias 166
Marianne 167
Positionering af deltagerne 168
Spørgeramme og procedure 169
Bearbejdning af empiri 172
Fokusgruppeinterviewets troværdighed og gyldighed 174
Den empiriske analyse og praksisteorien 175
De kommende analyser 177

Kapitel 11: Resultater af en kvalitativ undersøgelse af hygge: En indsigt i hyggefænomenet 179
Hygge som organiserende metafor 180
Fællesskab og individualisme 183
Fællesskab 184
Hvem og hvorfor? 188
Individualisme 190
Tidsperspektiv 194
Nærvær 197
Afslapningens monotoni 198
Den gode stemning 201
Fysiske omgivelser 201
Sensoriske påvirkninger 203
Opsamling og diskussion 205

Kapitel 12: Resultater af en kvalitativ undersøgelse af hygge: Fødevarepraksisser i hyggelige situationer 208
Fødevarer og hyggefænomenet 209
Fødevarernes rolle ved hyggelige sammenkomster 211
Den rigtige etikette 214
Hyggemad og hverdagsmad 218
Alkoholens nødvendighed 221
Den sociale påvirkning 224

Usunde fødevarer og hygge 230
Arbejdspladsen 233
Er hygge usundt? 235
Opsamling og diskussion 236

Kapitel 13: Den fremtidige hygge: I et samfundsmæssigt perspektiv 240
Sundhedsmæssige implikationer 241
Diskurser, praksisser og overbevisninger 244
Myndigheder 246
Producenter 248
Ekspertsystemer og medier 250
Ændring af praksis og social accept 252
Opsamling og diskussion 253

Kapitel 14: Diskussion, konklusion og perspektivering 256
Diskussion 256
Konklusion 261
Perspektivering og fremtidig forskning 266
… I bagklogskabens ulideligt klare lys 268

Referencer 269

English summary 286

Bilag A: Spørgsmål til fokusgruppedeltagerne 300

Kapitel 1

Indledende kapitel

Afhandlingens første kapitel indledes med at redegøre for den interesse og motivation, der har dannet grundlag for afhandlingens tilblivelse. I forlængelse af en introduktion til genstandsfeltet præsenteres afhandlingens omdrejningspunkt, som er problemformuleringen og de metodemæssige overvejelser og tilgange, der gøres brug af for at producere den fornødne viden til at kunne besvare problemstillingen. Afslutningsvis illustreres og beskrives afhandlingens struktur ved at give en kort introduktion til de kommende kapitler med håb om at skabe et godt overblik over de forskellige emneområder, som afhandlingen består af.

Introduktion

Siden min første dag som ph.d. stipendiat har jeg været bevidst om genstandsfeltet som denne afhandling skulle udspringe fra. Det var den altovervejende årsag til, at jeg valgte at søge stillingen, som en del af et større dansk forskningsprojekt, hvor vi gennem tre år ville blive klogere på forbrugernes adfærd på det moderne fødevaremarked. Et projekt der er blevet til i kraft af en bevilling på 3,0 mill. dkr. fra Det Strategiske Forskningsråd og med involverede samarbejdspartere som Forbrugerrådet, Dansk Erhverv og Dansk Industri, der har givet den løbende vidensproduktion et operationelt fokus og på lukrativ vis været med til at forene teori og praksis.

Gennem de sidste tre år, hvor projektet er løbet af stablen, har vi beskæftiget os med en bred vifte af interessante aspekter af forbrugeradfærd i relation til fødevarer og sundhed (Hansen og Thomsen, 2009; Hansen et al., 2008, 2009a, 2009b; Boye et al., 2007a, 2007b), som blandt andet:

- Brug af varedeklaration og andre ernæringsinformationer på fødevareemballagen
- Forbrugernes involvering og kompetencer i relation til informationssøgning
- Forbrugernes tillid eller mistillid til ernæringsinformationer
- Forbrugernes sundhedsrationaler
- Hedonistisk forbrug og behovet for retfærdiggørelse
- Efterkøbsstress i forbindelse med at træffe ernæringsrigtige valg

Med en stor forskningsmæssig interesse for de mange delområder, var der ét særligt område som vakte min nysgerrighed og skabte en undren. Forbrugerne træffer dagligt fødevaremæssige valg, som er mere eller mindre i overensstemmelse med deres grundlæggende overbevisninger, og for mange forbruger giver det mening at leve sundt i nogle situationer og usundt i andre situationer. Det bemærkelsesværdige er, at det er situationen og ofte den sociale kontekst, som har en afgørende betydning for individers fødevareadfærd. I lyset af samfundsudviklingen og det stigende fokus på sundhed, fandt jeg det interessant at kigge nærmere på nogle af de bestemte situationer, hvor individer med stor naturlighed og god samvittighed giver sig hen til nydelse af mindre sunde fødevarer. Det var startskuddet til denne afhandling.

Genstandsfelt og problemstilling

Det store paradoks i senmodernismens[1] herskende sundhedsdebat er det faktum, at forbrugerne aldrig før har vist så stor interesse for at efterleve det sunde liv[2], og samtidig bliver flere og flere forbrugere overvægtige. Adskillige informationskampagner og sundhedstiltag har medvirket til, at 80% af danske forbrugere i dag har kendskab til myndighedernes anbefalede otte officielle kostråd, og forbrugerne tilkendegiver at være motiverede for at leve sundt (ATV, 2007). Med det

[1] Senmodernismen er et af de mange begreber, der knytter an til nutidens samfund og karakteriserer det paradigmeskift, der i det senere tyvende århundrede præger de vestlige samfund. En mere fyldestgørende introduktion til begrebet og dets indhold gives i kapitel 3.

[2] En større offentlig undersøgelse foretaget blandt danske forbrugere viser, at 78% af den kvindelige befolkning ofte eller meget ofte bestræber sig på at leve sundt, hvor den tilsvarende andel for mændenes vedkommende er 58%.

udgangspunkt må det formodes, at forbrugerne efterhånden er mere eller mindre rustet til at træffe ernæringsrigtige valg og leve et sundt liv, til trods for den meget flyvske og fragmenterede information om sundhed, som præger fødevaremarkedet. Alligevel viser undersøgelser, at et overforbrug af usunde fødevarer med for meget fedt sukker og alkohol har medført en stigning i antallet af overvægtige forbrugere, således at Danmark nu også er omfattet af den fedmesituation[3], som mange andre vestlige lande befinder sig i (Kjøller et al., 2007; ATV, 2007).

Det usunde fødevareforbrug, som i sidste ende giver forbrugerne de ekstra kilo på sidebenene, bør ses i lyset af den moderne fødevarekultur, hvor udviklingen i samfundet kontinuerligt skaber nye betingelser for individet og det daglige forbrug af fødevarer. Forbrugerne spiser ikke kun for at tilfredsstille sult, men for et utal af sociale og kulturelle grunde som socialisering, status, fornøjelse, nydelse og andre emotionelle anledninger (Bourdieu, 1984; Rozin, 2005; Gabriel og Lang, 1995). Det emotionelle købemotiv prioriteres i hverdagen og medfører, at nutidens forbrugere søger gode oplevelser og nydelse i en stor del af deres forbrug, som på mange områder manifesterer det gode liv (Gabriel og Lang, 2005).

Specielt i socialiseringen mennesker imellem indtager nydelsesrige fødevarer en central rolle. Maden er ofte limen, der binder folk sammen. Vi mødes over en kop kaffe eller snack, til brunch, frokost eller det store middagsarrangement. Sjældent mødes mennesker uden der er en eller anden form for mad indblandet, og gennem maden viser vi ikke kun, hvem vi er, men i lige så stor udstrækning hvilken betydning vi tillægger den sociale sammenkomst, og de mennesker vi mødes med. Er det hverdag eller weekend? Er det en formel eller uformel sammenkomst? Er det få eller mange mennesker der samles? Dette er blot et udpluk af de situationsmæssige omstændigheder, som har indflydelse på de skikke, normer og praksisser, der ligger til grund for de fødevarer, vi køber, tilbereder og serverer.

Den situationelle kontekst har stor betydning for de fødevarepraksisser som udfoldes. Som en del af det overordnede projekt, som denne afhandling udspringer af, har vi udført og analyseret 16 dybdeinterviews[4], hvor resultatet blandt andet viser tendensen til, at bestemte situationer og begivenheder har særlig indflydelse på individers fødevareforbrug og kan være en barriere for det

[3] For år tilbage placerede Danmark sig i gruppen af vestlige lande, som ifølge World Health Organisation er ramt af en fedmeepidemi (http://www.who.int/en/).
[4] Hvert dybdeinterview varede 1-2 timer og koncentrerede sig om emnerne: fødevarer, sundhed, livsstil og købsadfærd.

sunde liv. Situationen og den sociale kontekst viser sig at have afgørende betydning for de fødevarer, som vi indkøber, tilbereder og spiser ligesom behovet for nydelse også spiller et plus.

Som to af interviewpersonerne Michael[5] og Niels[6] giver udtryk for.

Michael: *"Nogen gange er man bare ikke lige et sted, hvor man kan få alle de sunde ting, så bliver man nødt til at spise noget mere usundt. Man er ude i nogle sociale relationer nogle gange, hvor man ikke lige kan sidde og spise gulerødder, så må man jo lege med, og spise hvad der er. […] Nogle gange er man tvunget ud i det, geografisk eller socialt. Så kan man ikke rigtigt slippe ud af situationen. Jeg vil heller ikke ofre det for en god aften. Der vurderer jeg venskab og det sociale højere end sundhed."*

Niels: *"Det her er helt klart et fredagsindkøb. En snoldbon […] det bærer helt klart præg af at være en fredagsbon. […] Coca Cola, også lige lidt mælk og nogle kiks til børnene. Men der er slet ikke noget fornuftigt på. […] Så har vi syndet lidt her i weekenden, og så synder vi ikke resten af ugen. Synd er jo egentligt også et "fucked up" begreb."*

Michael og Niels udsagn er blot udpluk af de mange interviews, der indikerer, at flere situationelle faktorer har indflydelse på den mad, vi indtager. Weekend, ferie og sociale sammenkomster som ved højtider, begivenheder, og middagsarrangementer er lejligheder, hvor specielle normer og praksisser træder i karakter. Maden indtager en central rolle ved disse lejligheder, og er ofte omdrejningspunktet for sammenkomsten. Empiriske undersøgelser viser, at netop disse sociale lejligheder er fora, hvor hverdagens 'sundhedsregler' typisk tilsidesættes for mere hedonistiske regler, der fodrer indtag af nydelsesrige fødevarer (Luomala et al., 2004, 2006). En nydelse, der sidestilles med konsumering af søde, fede og kalorietunge fødevarer, som vælges på bekostning af sundere valg (Raghunathan, 2006). Nydelse prioriteres uden samvittighedskvaler eller bekymring om de ekstra kilo, som kan sætte sig på sidebenene, da det er situationer, der legaliserer at individer spiser, hvad de har lyst til. I litteraturen synes der ikke at eksistere et fællestræk ved disse

[5] Michael er 25 år, studerende og bor sammen med sin kæreste.
[6] Niels er 38 år, arbejder som lydmand og bor sammen med sin kæreste og parrets to børn.

hedonistiske udskejelser, så i min refleksion og undren kom jeg intuitivt til at tænke på det danske kulturelle fænomen 'hygge'[7].

Den danske hygge udspiller sig ofte ved sociale arrangementer og er årsagen til, at vi danskere samles i timer, hvor nydelse af mad og drikke udgør en vigtig aktivitet i fællesskabet. Det er givetvis ikke alle fødevarer, der findes lige passende at spise i hyggelige situationer, og der synes at være en social forståelse af, at relativt usunde fødevarer serveres med stor naturlighed ved hyggelige lejligheder. Måske hygge ligefrem fordrer indtag af bestemte mindre ernæringsrigtige fødevarer. Hyggefænomenet kan muligvis fungere som en forklarende referenceramme for mange af de situationer, hvor et hedonistisk fødevareforbrug prioriteres som en selvfølgelighed. Hygge er et forholdsvist uudforsket dansk fænomen, og en større indsigt i fænomenet vil skabe en forståelse af de fødevarepraksisser, som foranlediger forbrug af hedonistiske fødevarer.

Problemformulering

Formålet med denne afhandling er at diskutere og undersøge fødevareforbruget som socialt og kulturelt fænomen i senmodernismen, og afledt heraf søge en forståelse for det situationelle forbrug ved hyggelige lejligheder. Med det udgangspunkt er det mit mål at undersøge og redegøre for de betydninger, som individer tillægger hyggefænomenet, samt skabe en større indsigt i de fødevarepraksisser, som udspiller sig ved hyggelige lejligheder.

Først og fremmest søges en forståelse for senmodernismens tendenser og indvirkning på fødevareforbruget i kraft af de fremherskende sundheds- og fødevareoverbevisninger, som dagligt påvirker forbrugernes adfærd. Afledt heraf vil jeg anskueliggøre det hedonistiske og situationelle aspekt af fødevareforbruget med henblik på at forstå, hvordan nydelse og den gode smag konstrueres og tager sig ud i bestemte situationer. Hygge er en af de situationer, hvor hedonismen

[7] En mere uddybende indsigt i hyggebegrebet præsenteres i kapitel 6. Hygge kan ikke direkte oversættes til andre sprog, da det er vanskeligt at finde et fuldt dækkende ord for rart, behageligt, familiaritet, afslappet og trygt. 'Hygge' kan bruges som navneord (hygge/hyggen), udsagnsord (hygge) samt som tillægsord (hyggelig/hyggelige).
Den amerikanske antropolog Judith Friedman Hansen (1980) har forsøgt at indramme hyggebegrebet: *"Briefly, 'hygge' denotes comfort, coziness, cheerfulness, and friendliness. To be in a situation characterized by 'hygge' is to be in a state of pleasant well-being and security, with a relaxed frame of mind and an open enjoyment of the immediate situation in all its small pleasures. It is a state one achieves most often with close members of one's social network – with one's family, extended family and friends.*" (Hansen, 1980:58).

udfoldes og synes at skabe en barriere for det sunde liv. Derfor undersøges forbrugeres forståelse af hygges konstruktion og betingelser samt de fødevarepraksisser, som spiller en afgørende rolle i hyggelige situationer.

Da afhandlingen er en del af et større forskningsprojekt med involverede parter fra erhvervslivet, så vil bidraget fra denne afhandling også have en praktisk vinkel. Det er mit ønske, at resultaterne skal kunne bruges aktivt i det fremtidige arbejde med at forbedre sundhedstilstanden blandt danske forbrugere. Forhåbentligt vil resultaterne inspirere til at arbejde mere konkret med situationsbestemt forbrug, som hyggesituationer, med henblik på at rykke forbrugernes forestillinger om de fødevarepraksisser, som hører sig hygge til.

Afgrænsninger

Fokus for denne afhandling ligger i feltet mellem kerneområderne fødevare, sundhed og hygge. Sundhedsområdet er i dag næsten altomfattende og inkluderer foruden kosten også sygdomme, stress, motion, arbejdsliv, alkohol og rygning osv. (Kjøller et al., 2007). Sundhed er mange ting, men i denne afhandling vil jeg udelukkende forholde mig til det fødevaremæssige aspekt af sundhedsbegrebet og derfor ikke inddrage andre dele af sundhedsområdet.

I den offentlige sundhedsdebat diskuteres kategoriseringen af fødevarer i sunde og usunde grupper, og der argumenteres for, at en sådan gruppering ikke kan foretages, da der ikke eksisterer usunde fødevarer. Det afhænger af personen, som spiser fødevaren, samt den mængde der spises i kombination med den øvrige kost (ATV, 2007). Jeg vælger at tilslutte mig den overbevisning, at der eksisterer fødevarer, som ud fra et ernæringsmæssigt perspektiv[8] kan betragtes som relative usunde. Fremadrettet i afhandlingen gøres der derfor brug af termerne usunde og sunde fødevarer, som henviser til fødevarernes ernæringsmæssige værdi.

Denne afhandling vil have et dansk fokus, da afhandlingen udspringer af et dansk finansieret forbrugeradfærdsprojekt. Jeg vil foretage en forbrugersociologisk analyse af en dansk kontekst,

[8] Ved udelukkende at fokusere på det ernæringsmæssige perspektiv på fødevarer tages der ikke højde for personlige, sociale og kulturelle dimensioner af fødevareforbrug.

hvor omdrejningspunktet er det kulturelt forankrede danske fænomen 'hygge', som der søges en yderligere indsigt i gennem forskellige undersøgelser af danske individer.

Metoder

Forskellige metoder producerer forskellig viden. I denne afhandling er valgt forskellige metoder med henblik på at producere tilstrækkelig viden til løsning af afhandlingens centrale problemstilling. I dette afsnit gives en kort og overordnet introduktion til metoderne hvorefter implikationerne ved en metodekombination diskuteres mere dybdegående. Den konkrete beskrivelse af de enkelte metoder vil finde sted i afhandlingens senere kapitler.

Først og fremmest foretages en *litteraturanalyse*, hvor den teoretiske forståelsesramme dannes ved at analysere tidligere forskningsresultater inden for de områder, som findes relevante i forhold til afhandlingen problemstilling. I litteraturgennemgangen introduceres såvel teoretiske som empiriske forskningsresultater, der har til formål at skabe et teoretisk fundament, som vil være udgangspunktet for den viden, afhandlingens empiriske undersøgelser producerer. Endvidere inddrages sekundær empiri i form af større befolkningsundersøgelser.

Med afsæt i litteraturanalysen og den centrale problemformulering benyttes en *kvantitativ metode* i form af en spørgeskemaundersøgelse, der har til formål at skabe en indsigt i hyggefænomenet og dets udfoldelse i forskellige situationer. Trods spørgeskemaets klare fokus har denne metode også et eksplorativt formål, da resultaterne leder op til afhandlingens næste undersøgelse.

I forlængelse af viden fra litteraturen og de statistiske resultater oparbejdes der efterfølgende empirisk materiale ved hjælp af en *kvalitativ metode*, hvor der anvendes et fokusgruppeinterview. Der søges i den forbindelse en større indsigt i konstitueringen af hygge og de fødevarepraksisser, som udspiller sig ved hyggelige lejligheder. Endvidere har undersøgelsen til hensigt at skabe en dybere forståelse af de statistiske resultater, der fremkommer i analysen af den kvantitative undersøgelse.

Inden for den samfundsvidenskabelige forskning, og dermed nærværende forskning, arbejdes der ofte med komplekse og multidimensionelle fænomener. I denne afhandling er valgt en kombination

af kvantitative og kvalitative teknikker, der supplerer hinanden, og belyser hyggefænomenet og de relaterede fødevarepraksisser fra flere forskellige synsvinkler med det sigte at få en solid indsigt i det udforskede område (Miles og Huberman, 1994; Halkier, 2002; Riis, 2001). Både kvantitative og kvalitative metoder har styrker og svagheder, og derfor kan en metodetriangulering være frugtbar og hensigtsmæssig, da svaghederne reduceres ved kombination af flere metoder. (Miles og Huberman, 1994; Riis, 2001).

Indenfor samfundsvidenskaberne debatteres i hvilke omfang sociale forhold skal forklares eller forstås. Kvantitative metoder er ofte associeret med den post-/positivistiske videnskabsteori, mens kvalitative studier længe har præget den fænomenologiske skole og i stigende grad anvendes inden for de humanistiske fagmiljøer (ibid.). Den grundlæggende opfattelse af de to metoders forskelligheder bunder, som Riis udtrykker det i følgende: *"De kvantitative metoder fremtræder som udviklet med henblik på objektiv, præcis, korrekt og dækkende afbildning af en ydre realitet og dermed begrundet i en (naiv) realisme. De kvalitative metoder fremtræder som udviklet med henblik på forståelse af menneskers konstruktion af et samfundsbillede og deres fortolkning af de sociale relationer, de indgår i, og de er dermed begrundet i en konstruktivisme eller idealisme."* (Riis, 2001:19).

Kvantitative metoder bidrager med forklaring, mens kvalitative metoder skaber forståelse. Dette syn fremstiller unægteligt de to metoderetninger som modstridende og svært forenelige, hvis betragtningen også er, at de to metoder hviler på radikalt forskellige videnskabsteoretiske forudsætninger.

Et andet synspunkt i debatten er, at forskellen mellem kvantitative og kvalitative metoder ikke er baseret i videnskabsteoretiske grundantagelser, men derimod i tekniske forskelle, hvilket gør metodetriangulering frugtbar. Ligeledes har begge metoder styrker og svagheder, hvor svaghederne reduceres ved kombination af flere metoder (Miles og Huberman, 1994; Riis, 2001). Inden for den samfundsvidenskabelige forskning, og dermed nærværende forskning, arbejdes der ofte med komplekse og multidimensionelle fænomener, så der vil altid eksistere forskellige fortolkninger af det samme fænomen, hvorfor en multimetodisk tilgang antageligt mest frugtbart producerer viden om undersøgelsesområdets forskellige dimensioner (Kvale, 1996; Halkier, 2002).

Grundlæggende opererer denne debat på to niveauer, som er nødvendig at forholde sig til – en erkendelses-/videnskabsteoretisk diskussion og en ren teknisk diskussion (Bryman, 1988). På det videnskabsmæssige plan trækker den epistemologiske diskussion skarpe skel mellem kvantitative og kvalitative metoder, da disse opfattes som værende af forskellige virkelighedsopfattelse – en realistisk og en relativistisk, hvori opfattelsen af den sociale verden placeres inden for én af de to retninger (ibid.). Den tekniske diskussion forholder sig derimod mere pragmatisk til denne problematik, hvor vurderingen ligger i, hvorvidt en metode er hensigtsmæssig i forhold til genstandsfelt og det teoretiske udgangspunkt (Riis, 2001). Afvejninger og kompromiser er centrale elementer i forhold til den tekniske tilgang.

Det er ikke hensigten at skitsere et fyldestgørende billede af denne diskussion, men derimod opridse yderpositionerne inden for hvilke, jeg vil fastslå min position. Som praktiserende forsker erkender jeg, at både tal og ord kan skabe en forståelse af denne verden, og såvel kvalitative som kvantitative metoder bidrager i større eller mindre omfang til en løsning af problemstillingen, som er styrende for denne afhandlings undersøgelsesmetoder. Som McCracken tilkendegiver: *"The qualitative researcher must also be prepared to take full advantages of quantitative methodologies. As it now stands, many qualitative researchers are disinclined to use quantitative methods. There is no question, however, that, especially in highly heterogeneous, complex societies, these methods are indispensable."* (McCracken, 1988a:28).

Jeg tilslutter mig flere af de store forskere som eksempelvis den franske sociolog Pierre Bourdieu og den britiske sociolog Anthony Giddens, der også bidrager til det teoretiske fundament i denne afhandling. Bourdieu benægter modstillingen mellem forklaring og forståelse, og hans multimetodiske brug bunder i en ret pragmatisk tilgang til problematikken om brugen af multiple forskningsmetoder. Som forsker skal man være reflekterende i forhold til den anvendte teknik, sine forudsætninger, praksis og analyse af empiri, og dette gælder såvel ved brugen af kvantitative som kvalitative metoder (Riis, 2002). Giddens støtter op om refleksionens vigtighed i brug af metoder.

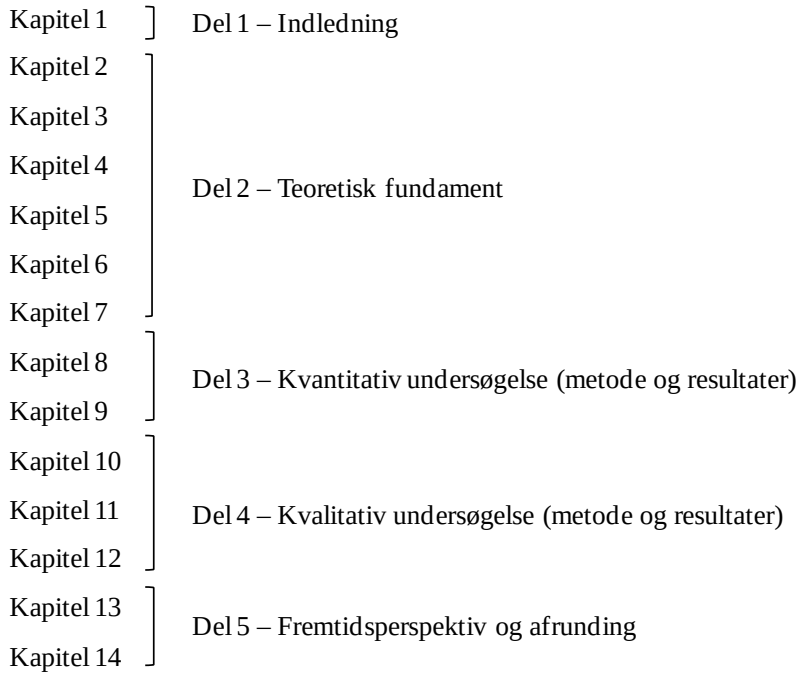
Kvantificerede analyser sigter på at sikre en vis objektivitet (ibid.), men det er vanskeligt, og ikke umiddelbart tilsigtet, at denne afhandlings genstandsfelt skal (og kan) måles objektivt i naturvidenskabelig forstand. Derfor anvendes en refleksiv brug af en kvantitativ metode, hvilket indebærer at metoden benyttes på hermeneutiske præmisser. Det indebærer blandt andet, at ved

brug af for eksempel en faktoranalyse, hvor computerens tekniske udvælgelse af gruppevise variable synes 'objektiv', er denne faktordannelse ikke selvforklarende. Det er forskerens opgave, med hjælp fra litteratur og anden empiri, at give en meningsfuld fortolkning af, hvordan de bagvedliggende spørgsmål og rammer i spørgeskemaet kan danne et særligt sæt af tanker hos individet. Den reflekterende forsker vil kunne se sig nødsaget til at kassere faktoranalysen og lignende analyseresultater, hvis fortolkningen ikke er meningsfuld (ibid.).

Afhandlingens indhold og organisering

Inden der tages hul på afhandlingens øvrige kapitler, vil jeg forsøge at give et overblik over afhandlingens referenceramme og struktur ved en kort præsentation af de kommende kapitler.

Omdrejningspunktet for afhandlingens empiriske analyser er udforskningen af hyggefænomenet og de relaterede fødevarepraksisser, men forinden diskuteres og undersøges fødevareforbruget som socialt og kulturelt fænomen i senmodernismen. Det sociale og kulturelle aspekt af fødevareforbruget belyses primært teoretisk, hvor senmodernismens samfundsbetingelser og tendenser anskueliggøres og danner fundamentet for at forstå individers fødevareforbrug og praksis. Afhandlingens første kapitler skaber en forståelse for den kontekst, hvori hygge kan indplaceres og forstås, og derfor vil hyggefænomenet først for alvor blive præsenteret i kapitel 6.



Figur 1.1 Afhandlingens organisering

I **del 2** præsenteres afhandlingens teoretiske fundament.

- kapitel 2, *Teoretiske perspektiver inden for fødevareforskningen,* skitserer nogle af de mest betydningsfulde bidrag inden for det sociologiske og social antropologiske felt, hvor denne afhandling er funderet. De teoretiske bidrag kan placeres inden for tre paradigmatiske tilgange som funktionalismen, strukturalismen og poststrukturalismen, hvor flere af teoretikerne inden for den strukturalistiske og poststrukturalistiske tradition vil blive inddraget i de kommende afsnit.

- Kapitel 3, *Fødevareforbrug og sundhedskonstruktioner i senmodernismen,* beskriver nogle af de konditioner, som former tiden og samfundet, som vi lever i, og påvirker forbrugeres hverdag i en retning med stigende fokus på sundhed og fødevarer. Blandt de mest betydningsfulde institutioner i samfundet er myndigheder, medier og producenter. Gennem deres forskellige roller og positioner i samfundet bidrager de alle til produktionen og reproduktionen af diskursive retninger, som forbrugerne bekender sig til og inkorporerer i hverdagslivet.

- Kapitel 4, *Forbrug i transition,* koncentrerer sig om nutidens samfundskonditioner og de indvirkninger som senmodernismen har på individets forbrug. Senmodernismen har medført mere komplekse markedsforhold, der giver forbrugeren en mangfoldighed af nye tilbud og valgmuligheder. En tilstand der fordrer individets refleksivitet. Forbruget som refleksivt forbrug beskrives, hvor sundhed, fødevarer og kroppen udgør vigtige bestanddele. Afslutningsvis rundes kapitlet af med en skildring af sundhed som en social konstruktion og et allestedsnærværende fænomen, der influerer forbrugernes opfattelse af fødevarer.

- Kapitel 5, *Det hedonistiske forbrug,* beskriver senmodernismens fremtrædende fokus på nydelse og den gode smag, der især findes i konsumering af usunde fødevarer. Det hedonistiske forbrug udgør en vital del af fødevare- og sundhedsdebatten, hvor valget ofte står mellem sundhed og nydelse. Nydelsesbegrebet, og det ofte afledte behov for retfærdiggørelse, præsenteres i dette kapitel, hvor de sociale perspektiver på regulering sætter rammerne for hedonismens berettigelse i individers hverdag.

- Kapitel 6, *Fødevarer i sociale relationer,* sætter fokus på sociale sammenkomster, hvor både fødevarer og nydelse indtager centrale roller. Fødevarernes rolle, som bærer af betydninger, beskrives i forhold til forskellige sociale konstellationer og kontekster. Situationsbegrebet diskuteres, og der arbejdes videre med en af hverdagens situationer, det fælles måltid, som ofte er samlingspunktet og forum for det hyggelige samvær. Det kulturelt forankrede hyggefænomen præsenteres og diskuteres.

- Kapitel 7, *Sociale praksisser*, giver et solidt indblik i praksisforståelsen. Praksisser er en naturlig del af individets hverdag og konstituerende for hyggelige sociale situationer. Forskellige forståelser af sociale praksisser diskuteres, hvorefter Bourdieus praksisteori præsenteres med henblik på at skabe den teoretiske fortolkningsramme, der gøres brug af i den kvalitative analyse. Afslutningsvis belyses praksisser fra et makroperspektiv, da praksissernes indbydes samspil udgør den sociale orden. En social orden som også etableres i kraft af de sociale klasser og forbrugspraksisser.

I **del 3** præsenteres først den kvantitative metode, hvorefter resultaterne af den kvantitative analyse fremlægges.

- Kapitel 8, *Kvantitativ undersøgelse af hyggelige situationer,* anskueliggør formålet med den kvantitative undersøgelse, baggrunden for valg af metode og derefter gennemgås trinvist opbygningen af spørgeskemaet og de løbende overvejelser, som er gjort i forbindelse med udformning af spørgeskemaet og indsamling af data.

- Kapitel 9, *Resultater af en kvantitativ undersøgelse af hyggelige situationer,* viser udvalgte resultater fra en analyse af spørgeskemaundersøgelsen. Der gives en større indsigt i hyggefænomenet ved at analysere de situationsbestemte elementer, der karakteriserer hygge. Hygge kan både etableres socialt og individuelt, og med udgangspunkt i forskellige situationer, der spænder mellem social/individuel og god/dårlig stemning, vurderes hvilke situationer, der karakteriseres som mest hyggelige, samt den mad og drikke der findes mest passende at få serveret i disse situationer.

I **del 4** introduceres den kvalitative metode og de bagvedliggende overvejelser, der bygger videre på resultaterne fra den kvantitative undersøgelse. I forlængelse heraf præsenteres analyseresultaterne af den kvalitative undersøgelse fordelt på to kapitler.

- Kapitel 10, *Kvalitativ undersøgelse af hyggefænomenet*, opridser de metodemæssige overvejelser, som er gjort i forbindelse med afhandlingens kvalitative analyse, der er baseret på et fokusgruppeinterview. Fokusgruppedeltagerne beskrives kort, hvorefter spørgeramme og procedure samt behandling af empiri gennemgås.

- Kapitel 11, *Resultater af en kvalitativ undersøgelse: En indsigt i hyggefænomenet,* giver en indsigt i det svært definerbare hyggefænomen ved at forstå de betydninger hygge tillægges, og hvordan hygge i kraft af sociale praksisser på forskellig vis konstrueres og dekonstrueres. Der tages udgangspunkt i kategorierne, Fællesskab og individualisme, Tidsperspektivet, Nærvær, Afslapningens monotoni samt Den gode stemning, som alle er fremkommet gennem grundig analyse af empirien.

- Kapitel 12, *Resultater af en kvalitativ undersøgelse: Fødevarepraksisser i hyggelige situationer,* supplerer det foregående kapitel, hvor hyggefænomenet blev gransket, med en

yderligere indsigt i den betydning mad og drikke indtager i hyggelige situationer. Med udgangspunkt i praksisteorien og de respektive interviewpersoner analyseres fødevarepraksisser ved hyggelige lejligheder. Afslutningsvis redegøres for relationen mellem hygge og sundhed.

I **del 5** rundes af med en praktisk refleksion, hvor afhandlingens analyser samles, og resultaterne diskuteres i et fremtids- og samfundsmæssigt perspektiv. Der afsluttes med en diskussion, konklusion og perspektivering.

- Kapitel 13, *Den fremtidige hygge: I et samfundsmæssigt perspektiv,* samler trådene og de resultater, som er fremkommet af afhandlingens analyser. Efterfølgende reflekteres over, hvordan overbevisninger og praksisser kan forskydes mod en sundere fremtidig hygge med en aktiv indsats fra de diskursskabende aktører som myndigheder, interesseorganisationer, producenter, ekspertsystemer og medier, der dagligt påvirker forbrugernes fødevarepraksis.

- Kapitel 14, *Diskussion, konklusion og perspektivering,* runder afhandlingen af med en diskussion af den viden, der løbende er produceret, og den måde som viden er frembragt på. Konsekvenserne ved afhandlingens metodevalg diskuteres, hvorefter konklusionen præsenteres. Afslutningsvis perspektiveres resultatet, og der gives et bud på de fremtidige forskningsmuligheder, som udspringer af denne afhandling.

Kapitel 2

Teoretiske perspektiver inden for fødevareforskningen

Forskning i forbrugeres fødevareadfærd har en lang historie bag sig og udgør en voksende kerne indenfor adskillige fagdiscipliner, hvor de forskningsmæssige perspektiver er vidtrækkende og de videnskabelige bidrag spænder bredt. Blandt de mest fremtrædende discipliner indenfor fødevareforskningen er medicin, fysiologi, biokemi, humanernæring, biologi, antropologi, sociologi, psykologi og marketing. Videnskaber som medicin, fysiologi og biokemi er kendt for at bidrage med sygdomsbekæmpende/sundhedsfremmende faktuelle resultater (Khare, 1980) i modsætning til discipliner som sociologi og antropologi, hvis interesse ligger i forståelsen af de sociale og kulturelle aspekter af fødevareforbruget (Prättälä, 1991). De forskellige fagområders metoder, modeller og tilgang er mangfoldige og adskiller sig på mange områder, hvorfor de til tider synes uforenelige. Alligevel ses en tendens til fagdisciplinernes sammensmeltning inden for fødevareforskningen, da beslægtede discipliner inspireres af hinanden, trækker på empiriske resultater og i stigende grad laver tværfaglige studier (Khare, 1980).

I dette kapitel vil jeg koncentrere mig om de mest betydningsfulde bidrag inden for de fagdiscipliner af relevans for denne afhandling. Det teoretiske vidensgrundlag for afhandlingen trækker primært på forskning fra sociologien samt antropologien, der favner bredt og dækker det sociale og kulturelle aspekt af fødevarer og spisning, som både er studeret inde for sociologien,

social-antropologien, social-psykologien, social-historikken og andre nært beslægtede discipliner (Wood, 1995). Formålet med dette kapitel er at give et indblik i udvalgte bidrag og forskningstilgange, der har præget fødevareforskningen, med henblik på at positionere denne afhandling inden for feltet og derved markere dens bidrag til den videnskabelige indsigt på området.

Forskere har længe beskæftiget sig med, hvad individer spiser, samt hvorfor og hvordan maden tilberedes, serveres og spises. Adskillige sociologiske studier tager udgangspunkt i individets forbrug af fødevarer, men fælles for studierne er at sociologer traditionelt set funderer forskningen i eget samfund og kultur (Mennell et al., 1992; Prättälä, 1991). De mest betydningsfulde forskningsmæssige bidrag kan placeres inden for flere paradigmatiske tilgange, hvoraf de tre gennembrydende positioner er, funktionalismen, strukturalismen, poststrukturalismen, der bygger på differentierede opfattelser af individet i kulturen/samfundet og samtidig repræsenterer de udviklingsmæssige tendenser forskningen har gennemgået.

Funktionalismen

I funktionalismen fokuseres der på den dybereliggende sammenknytning mellem sociale institutioner, hvor strukturer og virkemåder i samfundet kommer til udtryk gennem normer og sociale institutioner, der har til formål at opretholde en social orden (Goody, 1982). Samfundet anskues som et system med indbyrdes afhængige dele, hvor alle dele har en funktion, der har til hensigt at sikre samfundets overlevelse, hvilket betyder at individer og samfundet anses som helheder (totaliteter) med en tendens til selvbevarelse. Dermed er samfundet i det store hele stabilt, forudsigeligt og i konsensus, hvor individer er socialiseret til roller og adfærd, der opfylder samfundets behov. Adfærd anses som strukturalistisk betinget, hvor regler og regulativer er med til at organisere og hjælpe medlemmer af et samfund med at opføre sig retmæssigt. Samfundets mange institutioner, som blandt andet uddannelsessystemet, det politiske system, økonomien, medierne og familien udgør en stor del af den sociale struktur, da de er forbundet og opstår via relaterede roller og normer (Lupton, 1996).

Specielt for den funktionalistiske tilgang er nysgerrigheden for, hvordan forskellige fødevareskikke i udtryk eller via symbolsk karakter danner mønstre i sociale relationer (Mennell et al., 1992). De sociale strukturer vedligeholdes blandt andet ved hjælp af de praksisser, der indgår i tilberedning og

servering af maden. Men for den funktionalistiske analyse er samfundets opretholdelse i centrum qua den sociale orden. Den franske sociolog Emile Durkheims teoretiske tanker har været til stor inspiration for blandt andre Alfred Reginald Radcliffe-Brown, Bronislaw Malinowski og Audrey Richards, for blot at nævne de mest fremtrædende funktionalister inden for fødevarestudier.

Radcliffe-Brown (1922) tager udgangspunkt i den sociale aktivitet, der udspiller sig i forbindelse med fødevarer og spisning, hvor individets adfærd kan ses som en serie af initierende ceremonier, hvori de tillagte betydninger er udtryk for individets tilhørsforhold og afhængighed af samfundet. Traditioner og ritualer udspringer i det funktionalistiske perspektiv af samfundet, hvorigennem individet fra barndommen lærer den sociale værdi af fødevarer. De sociale betydninger og funktioner er med til at socialisere individet til at blive et passende medlem af samfundet, som led i at opretholde samfundet (ibid.). Radcliffe-Brown fremhæver det symbolske aspekt af fødevareforbruget men kritiseres for at være for begrænset i sine anskuelser, da der ses bort fra flere lag af meninger, ligesom der også hersker usikkerhed i Radcliffe-Browns analyse af de symbolske relationer (Goody, 1982).

For Malinowski er individets følelser, behov og motiver afgørende for at forstå, hvordan samfundet fungerer. Malinowski fokuserer primært på de kulturelle og sociale kræfter, der udvikles som respons på individers biologiske behov, og gennem kulturen mødes individets behov i stedet for gennem samfundet som helhed (McIntosh, 1996). Stærkt inspireret af Malinowski er Audrey Richards der, i et funktionalistisk perspektiv, studerer det sociale og psykologiske aspekt af fødevareproduktion, tilberedning og forbrug i en søgen efter at forstå linket til livscyklussen og de sociale relationer i en gruppe (Richards, 1932, 1937, 1939). Når Richards diskuterer det symbolske aspekt af tilberedt mad, refereres der til den måde, hvorpå transaktionen af fødevarerne fungerer som en indikator for sociale relationer. Dette illustrerer Richards blandt andet ved at eksemplificere, hvorledes en kvindens tilberedning af for eksempel havregrød, er kvindens naturlige måde at vise sit slægtskabs betydning i forhold til de mandlige slægtninge (Goody, 1982).

Den funktionalistiske tilgang er behæftet med adskillige kritikpunkter, såsom fraværelsen af den historiske dimension samt en manglende inddragelse og refleksion af nogen form for dysfunktionel komponent. Selve funktionen er betydningsskabende og giver mening til det meningsløse samtidig

med at 'mening' og 'symbol' bruges med en overfladisk lethed uden stillingtagen til termernes bredere forståelsesramme (ibid.).

Strukturalismen

Omdrejningspunktet for strukturalismen er erkendelsen af, at individets adfærd, værdier, tanker og identiteter er struktureret gennem sociale normer og forventninger skabt af det samfund, som individet er en del af (Lupton, 1996). Dette implicerer, at individets fødevareforbrug og praksisser anses som kulturelt skabt og socialt kontrollerede. Et individ fødes ind i et samfund, der på mange måder karakteriseres som et symbolsamfund med tegn og koder, som muliggør forskellige individuelle interaktioner og sociale praksisser, hvor individer tilskriver verdenen af objekter og relationer meningsfulde strukturer og kategorier (Howarth, 2000). Forskellige mønstre og betydninger udspringer af forskellige kulturelle og sociale miljøer, som individet indgår i og kontinuerligt tilpasser sig. De kulturelle miljøer er relativ lukkede, idet kun miljøets medlemmer forstår de omsluttende strømme af symboler, betydninger og rutiner, der gør det muligt at navigere i konkrete sociale sammenslutninger. Alle praksisser får betydning og bliver muliggjort, når både deltagere og iagttagere er enige eller uenige om en række institutionaliserede regler. Derfor er det også svært, og nogle gange umuligt for udefrakommende, at indgå og tilpasse sig fremmede kulturelle miljøer med indforståede praksisser (ibid.). I denne strukturalistiske tilgang bliver processer, begivenheder eller fødevarer, der umiddelbart kan virke uforklarlige eller uden forbindelse til hinanden forståelige, idet de henviser til et fælles system af relationer.

Den strukturalistiske tænkning har frembragt nogle af de til dato mest anerkendte bidrag inden for fødevareforskningen, hvilket blandt andet kommer fra Claude Lévi-Strauss, Roland Barthes, Mary Douglas og Pierre Bourdieu.

Claude Lévi-Strauss

Lévi-Strauss (1963) interesserer sig for oppositioner mellem forskellige stadier af fødevarer og typer af tilberedningsmuligheder, og har tilegnet sig megen opmærksomhed i kraft af den berømte *Culinary Triangle*. Lévi-Strauss grundlæggende antagelse er, at fødevarer ikke er noget i sig selv, men kun i kraft af de betydninger individet tillægger fødevarerne. Betydningerne bliver synlige i hverdagen og kan henføres til et dybereliggende system eller struktur, der er vejledende for

individets tanker og adfærd. I stedet for at tage udgangspunkt i en bestemt social organisation, gruppe eller samfund vælger den franske antropolog Lévi-Strauss at udforske de dybereliggende og ubevidste strukturer i sindet, der kan forbindes til de sociale strukturer i bestemte socialgrupper. De universale karaktertræk ved mennesket, der gør mennesket til et produkt af både natur og kultur, er Lévi-Strauss store interesse.

Lévi-Strauss (1963) påpeger især transformationen af fødevarer fra natur til kultur, som en afgørende binær opposition. Kulturen spiller en central rolle i forståelsen af den kulinariske aktivitet, hvor elementære betydninger overføres og opstår fra rå fødevarer (natur) via transformationen til den tilberedte mad (kultur). Selve transformationen af rå fødevarer til et færdigt måltid kan anskues som en kulturel medierende aktivitet, hvor kulturens normer, ritualer og praksisser spiller en afgørende rolle. Lévi-Strauss knytter følgende kommentarer til den transformerende proces: ”*We begin to understand the truly essential place occupied by cooking in native thought: not only does cooking mark the transition from nature to culture, but through it and by means of it, the human state can be defined with all its attributes.*” (Lévi-Strauss, 1994:164). Lévi-Strauss fremhæver, at oppositionerne mellem natur og kultur figurerer på forskellige måder, som resultat af forskellige fødevarepraksisser og den givne kultur.

Ifølge Lévi-Strauss danner samfundet de ydre rammer for individers adfærd i form af sociale strukturer, der er hævet over individer og bestemmende for individers normer, praksisser, skikke og handlinger. Individer skaber ikke samfundet, men samfundet virkeliggøres og får sin betydning gennem individer. Individet følger ubevidst samfundets og kulturens strukturer, der er et produkt af den menneskelige adfærd.

En af Lévi-Strauss væsentligste betragtninger er, at der i hvilket som helst samfund eksisterer dybtliggende strukturer, der kan lokaliseres og studeres gennem overflade fænomener, idet dybdestrukturerne manifesteres i sprog, skikke, praksisser, normer, klassifikationssystemer og ikke mindst fødevarer, som er stærkt kulturbundne. Med inspiration fra den schweiziske lingvist Ferdinand Saussure, anerkender Lévi-Strauss sprogsystemet og påpeger den menneskelige tilbøjelighed til ubevidst at tilskrive objekter og relationer meningsfulde strukturer og klassifikationer, for derved at bringe orden og skabe mening i det sociale og symbolske univers. Strukturalismens betingelser udmønter sig i en forståelse af, at ting og begreber kun har betydning i

kraft af deres relativitet, og som enkeltstående enhed indeholder de ikke nogen selvstændig betydning. Denne relativitet ligger til grund for princippet om binære oppositioner, hvor betydninger og orden fremkommer i kraft af oppositionernes relative betragtning. Eksempelvis forstås og tillægges begrebet 'sund' betydning i forhold til den binære opposition 'usund'. Andre eksempler på grundlæggende binære oppositioner inden for fødevarekategorien er kogt/rå, kultur/natur, mild/stærk og varm/kold.

Robert Barthes

Robert Barthes (1979) tilslutter sig de fødevareforskere, der argumenterer for, at fødevarer udgør et system af kulturelle betydninger, der kommunikeres via forbrug. For Barthes er alle fødevarer ikke nødvendigvis signifikante på det sociale og kulturelle niveau, da nogle fødevarer kan reflektere en personlig smag og præference. Denne distinktion tillader den personlige betydningsdannelse at udfolde sig i det sammenhængende sociale mønster af betydninger, der knytter an til fødevarer, med erkendelsen af at en fødevare i sig selv sjældent signalerer noget. Både de individuelle og sociale betydninger og smagsmarkeringer er resultater af den humane adfærd, der vedrører udvalg, tilberedning og forbrug af fødevarer (Wood, 1995). Barthes interesse ligger i det sociale aspekt af fødevaresmag og præferencer, hvor de fælles træk blandt andet er at finde i de sociale grupper i samfundet.

I Robert Barthes *Mythologies* (1972) indikerer Barthes, at betydninger ikke blot produceres i forskelligheden, men også i associationer og kombinationer af meninger og skildrer distinktionen mellem denotation – den videnskabelige og oprindelige betydning, som et ord har, og konnotation – den medbetydning og ekstra værdi, som den kulturelle og sociale kontekst overfører til et fænomen. Barthes undersøger blandt andet forholdet mellem fødevarer og national identitet i mytologien *Steaks and Chips* ved at se på, hvordan åbenlyse og naturlige betydninger knytter an til forskellige fødevarer og praksisser. Den betydning eller historie fødevarer og andre objekter bærer rundt på er udgangspunktet for en interessant analyse, som Barthes benævner *Mythologies*. Barthes fastslår, at en myte er en tale, der forvirrer og vildleder, hvis kommunikationssystemet ikke kendes. Myter er derfor måder eller faconer, hvorpå betydninger er tilknyttet objekter og fænomener (Woodward, 2007). Hvis sproget indtager den primære dimension i en semiotisk analyse, så er mytologien, som en meta-sproglig størrelse, det næste niveau til forståelse. En stor del af Barthes mytologiske arbejde finder sted blandt det franske borgerskab, hvor han via semiotiske analyser søger at

afdække sproget/kommunikationssystemet i det ideologiske system. Den bedste måde at forstå det ideologiske system på, er ved at analysere det som et system af tegn og symboler, hvor blandt andet fødevarer er bærende for disse ideologiske betydninger (ibid.).

Barthes anser fødevarer som havende en central placering i den sociale adfærd, hvilket udtrykkes i dette udsagn: "*To eat is a behavior that develops beyond its own ends, replacing, summing up, and signalizing other behaviors. […] What are these other behaviors? Today we might say all of them: activity, works, sports, effort, leisure, celebration – every one of these situations is expressed through food. We might almost say that this "polysemia" of food characterizes modernity.*" (Barthes, 1972:25). I *Steaks and Chips* forsøger Barthes at indkapsle de franske konnotationer, der tilknyttes transformeringen af en rå til en tilberedt steak. Konnotationerne genererer lagvis af meninger, som Barthes karakteriserer som 'franskheden' i steaken. Alle betydninger er dog ikke repræsenterede i det enkelte fænomen eller objekt men også gennem associationer med andre tegn og objekter. Barthes betragter eksempelvis også den bitre og den søde smag i chokolade, som han mener, har forskellige betydninger for individer i overklassen og arbejderklassen. (Barthes, 1972)

Mary Douglas

Mary Douglas teoretiske overbevisning tager, modsat Barthes og Lévi-Strauss, udgangspunkt i microsociologiske studier af udvalgte forhold i fødevarekulturen, hvorefter resultaterne bredes ud, og større linjer tegnes (Wood, 1995). Douglas hævder, at alle fødevarer kan placeres inden for kodede kategorier og strukturer, men der er ikke tale om universale kulturelle kategorier. De er afgrænset til sociale grupper. "*A code affords a general set of possibilities for sending particular messages. If food is treated as a code, the messages it encodes will be found in the pattern of social relations being expressed. The message is about different degrees of hierarchy, inclusion and exclusion, boundaries and transaction across the boundaries. Like sex, the talking of food has a social component, as well as a biological one.*" (Douglas, 1999:231). Fødevaresystemet udgør kun et ud af mange symbolsystemer, der alle er forbundet i et større hele. Det er gennem de betydninger, som fødevarer kommunikerer, at sociale forhold inden for en social gruppe manifesteres (ibid.).

Fødevarernes betydning skal findes i et system af repeterende analogier, hvor for eksempel hvert måltid bærer afgrænsede strukturelle betydninger, der definerer den sociale sammenslutning og andre sammenslutningers relative position. Den fælles forståelse af strukturen gør det muligt for

individer vertikalt og horisontalt at klassificere og dermed sikre en divergerende orden, der afgrænser og begrænser i forhold til de strukturerende faktorer (Douglas, 1999; Douglas og Isherwood, 1979). Der er ikke ét punkt i det rangerede system, der giver den elementære mening, men det er derimod den samlede struktur og relationerne mellem delinger og niveauer, der giver betydning. De enkelte elementer i et system har kun betydning, når de betragtes i forhold til strukturen som helhed, hvor strukturer skal forstås som selvstændige, selvregulerende og selvtransformerende enheder. Individer koder ofte fødevarer i serier eller klassifikationer, indenfor hvilke de binære oppositioner indkredser og afgrænser klassifikationerne, som for eksempel morgenmad og aftensmad, hverdagsmad og finere middagsanretninger, snack og hovedmåltid, sund og usund osv. (Douglas, 1999).

Douglas fremhæver, at dikotomierne i opdelingen af fødevarer i spiselig og ikke spiselig kan differentieres mellem en gruppes medlemmer versus dem, der står udenfor gruppen. Den underliggende orden i fødevarekategorierne forbindes med den sociale orden, der blandt andet etableres i kraft af de sociale lagdelinger. Styrken i de kategoriske distinktioner stiger i takt med forskellen mellem grupper, men også i forhold til en gruppens interne hierarkiske ulighed.

I sammenarbejde med Nicod belyser Douglas (1974) måltidssammensætningen ud fra en generel forståelse af, at fødevarer og spisning ikke er noget i sig selv, men kun gennem deres symbolske betydning, og den sociale orden de indgår i. Forbruget af fødevarer betragtes som en ritualiseret aktivitet, hvor måltidet er et eksempel på de ritualiserede sociale strukturer, der skaber orden. Dette analyserer Douglas blandt andet ved at se på et traditionelt britisk måltid, hvor der fokuseres på taksonomierne og socialklassernes forskellige forbrug og oplevelse af fødevarer.

Pierre Bourdieu

En del af Douglas grundlæggende overbevisninger kan sidestilles med dele af forskningen foretaget af den franske sociolog Pierre Bourdieu, der ligesom Douglas fremhæver, at distinktionen blandt fødevarer knytter an til den hierarkiske position mellem sociale grupper. En stor del af Bourdieus forskning tager udgangspunkt i forholdet mellem det samfundsstrukturelle og individuelle niveau, og trods Bourdieu ikke ser sig selv som en rendyrket strukturalist, så er meget af hans forskning baseret på strukturalistiske grundprincipper. Et væsentligt bidrag til forståelsen af fødevarer som socialt og kulturelt fænomen skal findes i den sociologiske analyse i værket *Distinction: A Social*

Critique of the Judgement of Taste (1984). I denne bog analyserer Bourdieu smagsbegrebets udfoldelse inden for forskellige kulturelle kategorier inkluderende tøj, musik, kunst, sport og fødevarer. Bourdieus analyse er foretaget i Frankrig og tager udgangspunkt i smagsbegrebet, som socialt formet gennem arv og miljø, der kontinuerligt påvirkes afhængig af individets tilhørsforhold i det sociale hierarki. Som Lévi-Strauss opererer Bourdieu med oppositionerne 'den luksuriøse smag' og 'nødvendighedens smag'. Den luksuriøse og gode/rigtige smag tilkommer de øvre socialklasser, der besidder den rette mængde økonomisk, social og kulturel kapital til at værdsætte og forstå fødevarer med høj symbolsk værdi, hvilket de lavere klasser med en barbarisk smag ikke besidder. Gennem forbrug af fødevarer bliver individets placering i en given social klasse synlig, men også madens tilberedning, servering, præsentation, måden at spise på, det der snakkes om under middagen og baggrundsmusikken udtrykker individets sociale tilhørsforhold.

Forholdet mellem socialklasserne og de kontinuerlige kampe om kapitalerne er kernen i Bourdieus teori, hvor den sociale orden opstår og opretholdes gennem de sociale positioner. Kendetegnet for det sociale hierarki er, at der stiles opad, så de dominerede klasser, som arbejderklassen og middelklassen, aspirerer mod overklassen i alle henseender. De retter og fødevarer, som overklassen anvender, tager middelklassen til sig, men de besidder ikke den nødvendige kulturelle kapital til at forstå fødevarernes koder og implicitte betydninger, som kun forstås blandt de dominerende klasser. Den sociale stratifikation af det franske samfund er udgangspunktet til at forstå, hvordan forbrug og praksisser gennemsyres af tilhørsforholdet til en given socialklasse (ibid.).

Kritikken af den strukturalistiske og symbolske tilgang til fødevareforskning påpeger, at det kan være en utilstrækkelig tilgang til forståelse af menneskelig adfærd og de løbende forandringer i individers fødevareadfærd, som unægtelig finder sted. De bagvedliggende koder eller strukturer bliver kun synlige gennem adfærd, så derfor er det meningsløst at diskutere, hvorvidt det ene udtrykker det andet, da det må være en cirkulær effekt (Goody. 1982). Strukturalismen kritiseres endvidere for at være for statisk til at kunne forklare og opfange de løbende mønstre i fødevareadfærd. Norbert Elias (1970) kalder dette for 'proces-reduktion', da flow og processer i social adfærd reduceres til klassificerede og statiske skemaer, der blot registrerer forandringsløse aspekter af fænomener, og derfor ikke tager højde for forskydninger i fødevarepræferencer og adfærd, hvilket unægtelig finder sted i enhver kultur.

Poststrukturalismen

Strukturalisterne anser kulturen som en forholdsvis lukket og idealistisk enhed, hvor de universelle meningsstrukturer i den sociale verden har en symmetrisk relation til objekter og mennesker. Poststrukturalisterne vedkender sig denne relationelle tænkning, men udfordrer strukturalisterne på en række andre områder (Holt, 1997). Poststrukturalismens grundlæggende antagelser udspringer af et opgør mod strukturalismen, hvor strukturalisterne blandt andet kritiseres for at integrere deres arbejde med allerede eksisterende forståelsesrammer i form af tidligere producerede statiske skemaer (Goody, 1982; Elias, 1970).

Et af de helt store strukturalistiske karakteristika er introduktionen af binære oppositioner, inden for hvilke den humane logik placerer objekter og fænomener. Poststrukturalister arbejder ikke med prædefinerede strukturer i hierarkiske systemer, men ud fra en multidisciplinær fortolkningstilgang, hvor subjektivitet og den sociale konstruktion af fænomener i historisk og nutidigt perspektiv er i centrum. De underliggende strukturer anses som kulturelt og socialt betingede, og derfor kan en universel eller historisk fortolkningsramme i form af prædefinerede strukturer ikke anvendes. Betydning dannes med udgangspunkt i den måde individer agerer i en partikulær social kontekst. Til at forstå produktionen og reproduktionen af betydninger kan diskurser af mønstre i sprog og praksisser være til gavn og skabe en øget indsigt. Poststrukturalister inden for fødevareforskningen er interesserede i, hvordan viden og sandheder om forskellige aspekter af forbrug af fødevarer skabes gennem praksisser og processer (Lupton, 1996).

Men poststrukturalisterne er stadig strukturalister og derfor henviser denne position ikke til en tid efter strukturalismen, men snarere en markering af en videreudvikling af de strukturalistiske tanker og et opgør med en af strukturalismens centrale ideer (Esmark et al., 2005). Poststrukturalismen adskiller sig især fra strukturalismen ved en understregning af det singulære, hvor individet opfattes som enestående og bør forstås i lyset af den kultur og kontekst, som individet tager del i. Desuden skal fortolkning og meningsskabelse finde sted i forhold til individets selvopfattelse. Dette perspektiv nærmer sig en socialkonstruktivistisk position. Poststrukturalismen og socialkonstruktivismen har mange overlappende betragtninger, og der kan argumenteres, for at poststrukturalismen har skrevet sig ind i en socialkonstruktivistisk ramme (ibid.).

Inden for det den poststrukturalistiske skole dominerer blandt andre forskere som Jacques Lacan, Gilles Deleuze, Jacques Derrida og Michel Foucault (ibid.). Poststrukturalismen begynder på mange måder med erkendelsen af, at den sociale virkeligheds fundamentale niveau er det symbolske. En betragtning som klassiske strukturalister og poststrukturalister er enige om. Det symbolske, også kaldet den tredje orden, opstår i spændet mellem det reelle og imaginære, der som to selvstændige dimensioner bringes sammen i det symbolske (ibid.). For poststrukturalister udgør denne symbolske orden en evig kilde til uro, da det symbolske løbende produceres og reproduceres i takt med at sprog og tegn udvikles, hvor mening skabes i strukturen, der opstår via sprog og tegn.

Overgangen fra strukturalismen til poststrukturalismen er glidende og den poststrukturalistiske tradition ser sig ikke bort fra at bruge flere af strukturalismens teoretiske 'værktøjer', men de bruges på lidt andre præmisser og ud fra en erkendelse af, at der ikke eksisterer et og samme centrum, hvorfra fortolkning skabes. Dermed ikke sagt, at der ikke laves en fiksering til et centrum, blot at dette centrum er flydende og knytter an til de åbne strukturer, der kendetegner poststrukturalismen (ibid.).

Den poststrukturalistiske tradition udspilles inden for flere centrale områder af fødevareforskningen, hvor især forbrug af fødevarer som sociokulturelt fænomen udforskes. Forskere som blandt andre Turner (1984), Shilling (1993), Foucault (1988) og Grosz (1990) har koncentreret sig om fødevarer i relation til kroppen og søgt en forståelse af, hvordan subjektivitet opleves og konstrueres gennem forbrug af fødevarer. Inden for dette felt forbruges fødevarer med udgangspunkt i de forestillinger og overbevisninger, individet har i forhold til sin krop og identitet, der belyses i et dynamisk perspektiv. Det dynamiske og udviklingsmæssige perspektiv[9] inddrages hos blandt andre Goody (1982), Mennell (1985), Mintz (1985) og Harris (1986), der med udgangspunkt i forskellige kulturer og subkulturer udforsker de mange og varierende aspekter af fødevarer. I den historiske kontekst fremhæves udviklingen i meninger og praksisser relateret til fødevareforbruget, og samtidig påpeges vigtigheden i den måde kulturen påvirker og udvikler etablerede ordener.

Mange overbevisninger om fødevarer reproduceres kulturelt gennem generationer, hvor individet gennem adskillige socialiseringsprocesser tillæres passende og upassende adfærd. Gennem

[9] Dette perspektiv går under 'Developmentalism', hvor fokus er på den historiske evolution inden for fødevarepraksis og præferencer. Se blandt andre Mennell et al. (1992) og Wood (1995).

barndommen og det voksne liv indgår individet i forskellige sociale konstellationer, hvori individet gennem fødevareforbrug og praksisser placeres i et kulinarisk system, der implicit har indlejret et tilhørsforhold til en social gruppe og en afgrænsning fra andre grupper (Rozin, 2005; Fischler, 1988; Bourdieu, 1984). Fødevarer er kulturbundne og symbolbærende, hvilket gør forbrug og praksisser forskellige blandt socialklasser, aldersgrupper, religioner, køn osv. (Lupton, 1996).

Den poststrukturalistiske tradition har endvidere beskæftiget sig med det følelsesmæssige aspekt af fødevareadfærden. Mange følelser knytter an til barndomsminder og det familiære, hvor mad indtager en central rolle i mange begivenheder. Lupton (1996), DeVault (1991) samt Charles og Kerr (1988) belyser den sociale dimension af fødevareforbrug og anskuer familien som et socialt system, hvor fødevareoverbevisninger og adfærd allerede fra barns ben etableres. Fra barndommen tilpasses individet kulturen via familien, så normer, præferencer og praksisser erhverves som en naturlig del af opvæksten. Måltidet omkring bordet er en vigtig del af socialiseringsprocessen, men er ligeledes det forum, hvor familien bringes sammen, og følelser som kærlighed og omsorg vises gennem maden.

Poststrukturalisterne kritiseres for at være for åbne og fragmenterede med mangel på et fast holdepunkt. Den subjektive forståelse af individet og de mange måder, hvorpå individet kan opfatte sig selv i forhold til de sociale omgivelser, åbner op for en mangfoldighed, der gør det poststrukturalistiske perspektiv ret flyvsk og ikke særlig rigidt. Kritikere fastslår blandt andet, at der altid er en grad af tvetydighed og åbenhed ved denne tilgang (Lupton, 1996).

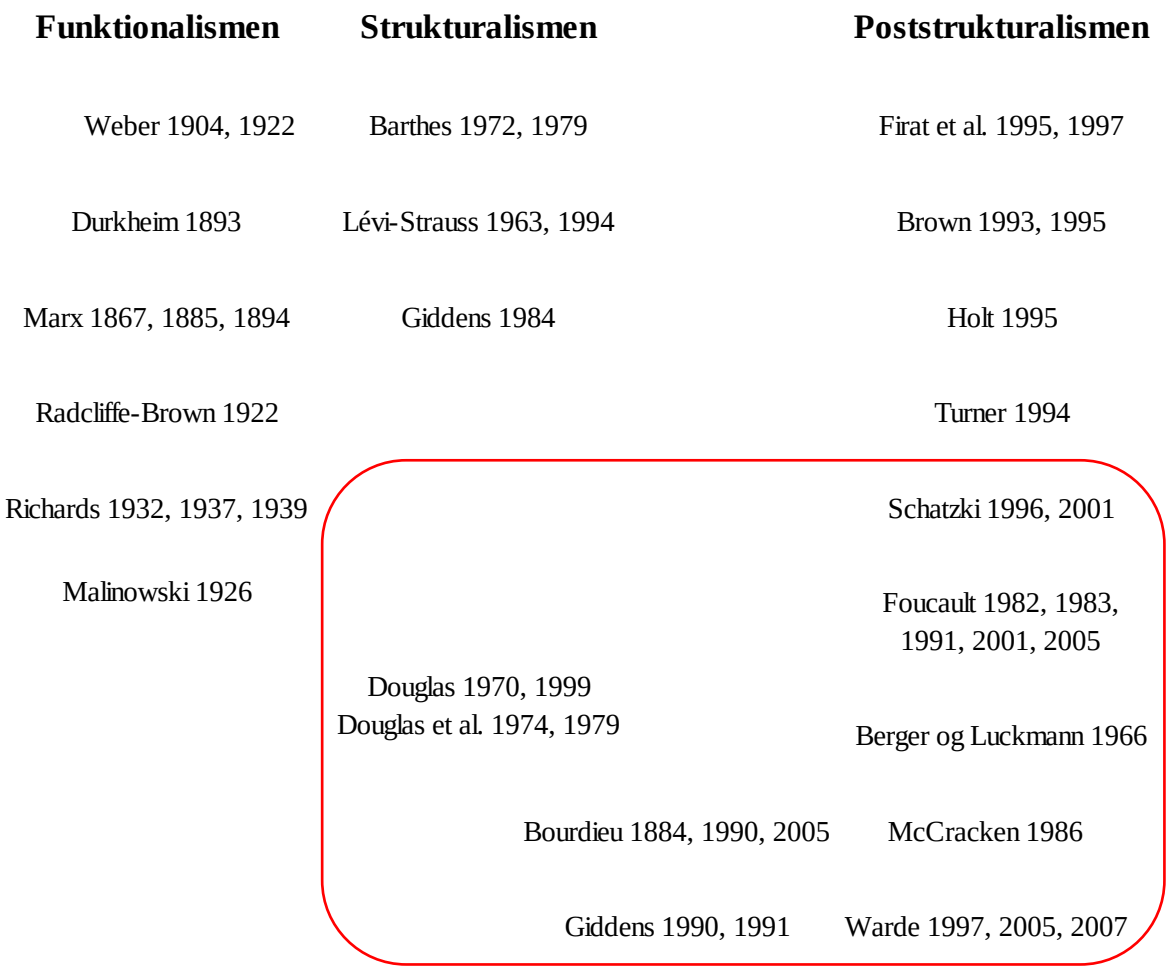
Afhandlingens position

Store dele af nutidens fødevareforskning trækker på teoretiske bidrag, der kan placeres inden for de tre paradigmatiske positioner: funktionalismen, strukturalismen og poststrukturalismen. Generelt for positionerne er, at de er rodfæstet i forskellige tidsperioder, men trods divergerende forskningsmæssige tilgange til individet og samfundet har flere overlappende områder. Derfor kan flere forskere, som har været aktive i en længere årrække, også placeres inden for flere positioner, hvilke især gør sig gældende for Lévi-Strauss, Barthes og Bourdieu, hvis senere forskning ikke tilhører den rendyrkede strukturalisme.

Formålet med at fremhæve de forskellige forskningspositioner, som gjort i dette kapitel, er blandt andet at vise bredden i de bidrag, som tilsammen udgør fundamentet for den viden, der i dag eksisterer inden for den samfundsvidenskabelige fødevareforskning. I begyndelsen af dette kapitel blev fagdisciplinernes tværfaglighed og sammensmeltning inden for fødevareforskningen kort berørt, og det blev understreget, at denne afhandling er udformet som en forbrugersociologisk analyse, der primært forholder sig til det sociale og kulturelle aspekt af fødevarer og spisning i nutidens samfund.

Med udgangspunkt i de tre hovedpositioner: funktionalismen, strukturalismen og poststrukturalismen er de teoretiske forskningsbidrag, som er særligt interessante i forhold til afhandlingens fokusområde og problemstilling, sammenfattet i figur 2.1. Da mit bidrag til videnskaben har fodfæste i forbrugersociologien, er det ikke udelukkende fødevareforskningen, der er interessant, men også forholdet mellem individet og samfundet, hvis specifikke relation manifesteres i forbruget. En overordnet forståelse af forholdet mellem individ og samfund ligger implicit i de tre paradigmatiske positioner, som der er blevet redegjort for flere steder i dette kapitel. Men selv inden for ét paradigme er der nuancerede forskelle i anskuelsen af samfundet og individet. Eksempelvis anses både Bourdieu og Giddens for strukturalister[10], men trods mange fællestræk er Bourdieus og Giddens teoretiske fokus og samfundsanskuelse forskellig på flere områder, hvilket også bliver tydeligt i de kommende kapitler, hvor afhandlingens teoretiske fundament præsenteres og diskuteres.

[10] En del af Bourdieus og Giddens senere arbejde tilhører ikke den rendyrkede strukturalisme men ligger i spændet mellem strukturalismen og poststrukturalismen.



Figur 2.1 Afhandlingens teoretiske positionering

I de teoretiske kapitler i denne afhandling trækkes der på litteratur funderet i strukturalismen og poststrukturalismen, og overordnet set kan afhandlingen placeres i spændet mellem disse to positioner, hvilket illustreres med en rød indramning i figur 2.1. I det røde felt er nogle af afhandlingens centrale teorier præsenteret, men der inddrages endvidere løbende empiriske resultater og referencer fra andre forskningsbidrag, der ofte udspringer af de angivne forskere, og derfor er funderet i de strukturalistiske/poststrukturalistiske tanker.

Jeg vil ikke her præsentere og diskutere de valgte teorier, da dette gøres gennem afhandlingens teoretiske afsnit i kapitel 3 til 7, men jeg vil i stedet fremhæve nogle fællesstræk, som blandt andet kan findes i den overordnede forbrugerforståelse. Fælles for de teorier, som der gøres brug af i

denne afhandling, er forståelsen af individet og samfundet/kulturen, som to interagerende og uadskillelige elementer. Ønsker vi at forstå en given adfærd, er vi også nødt til at forholde os til de rammer og betingelser adfærden udspiller sig inden for, hvilket etableres i kulturen. Forbrugerforskning der fjerner fokus fra det enkelte individ til kulturen, karakteriserer Østergaard og Jantzen, som 'forbrugsstudier' (Østergaard og Jantzen, 2000).

Østergaard og Jantzen har inden for forbrugerforskningen undersøgt udviklingen i de forskellige forbrugertilgange og traditioner, som har domineret forskningen de sidste 40 år, og udleder fire dominerende traditioner med forskellige perspektiver på forbrugeren. De fire traditioner er gående fra en forbrugerforståelse inden for den behavioristiske fysiologi og kognitive psykologi til traditioner, der inddrager det oplevelsesorienterede og emotionelle aspekt af forbrug (ibid.). Hvor 'forbrugerstudier' tager udgangspunkt i kulturen som en indgang til forståelse af menneskelig adfærd, så er traditionen 'forbrugerundersøgelser' studier af forbrugeres hverdagsliv og forbrug som omdrejningspunkt for, hvordan individet forstår sig selv, og via produkter og symboler skaber et ønsket image i forhold til omgivelserne (ibid.).

Centralt for denne afhandling er, at forståelsen og rationaliteten i individers adfærd skal findes i forbrugernes hverdagspraksisser, som udspiller sig inden for et bestemt socialt og kulturelt miljø, der kan åbne op for en forståelse af, hvorfor og hvordan forbrug tager sig ud. Hvad anses for eksempel som rationelt i den danske kultur? Giver det mening for os, at vi sætter kage og slik på bordet lørdag aften, når vi skal hygge os? Er det rationelt, at lysten til nydelse styrer vores valg af fødevarer i nogen situationer? Og anses nogle af disse rationaler som skadelige for vores sundhedstilstand? Det fornuftige, det rationelle og det der giver mening for individet, afhænger i vidt omfang af individets valg af livsstil og overbevisning.

Kapitel 3

Fødevareforbrug og sundhedskonstruktioner i senmodernismen

Den rolle og funktion som fødevarer spiller i individers liv har ændret sig kontinuerligt gennem tidens løb og knytter i dag stærkt an til det allestedsnærværende fokus på sundhed, der kendetegner nutidens samfund. Fødevareområdet kan knap diskuteres, uden der relateres til det sundhedsmæssige aspekt af fødevarerne. For at opnå en forståelse af den betydning fødevarer og sundhed tillægges i dag, er det nødvendigt at forstå de konditioner, der ikke blot influerer forbrugere dagligt, men tillige former den tid og det samfund, vi lever i.

Dette kapitel har til hensigt at give et indblik i de samfundsmæssige tendenser og diskurser, der dagligt påvirker forbrugernes fødevareadfærd ved at sætte betingelser og rammer for forbrug og praksis. Først præsenteres senmodernismens konturer, og der skabes en forståelse for forholdet mellem samfundet og individets socialisering heri, samt hvordan betydninger kontinuerligt produceres og reproduceres samfund og individer imellem. Mange af disse betydninger overføres via de diskursskabende institutioner som myndigheder, medier, eksperter og producenter, der påvirker forbrugerne i forskellige retninger og dermed bidrager til skabelsen af divergerende diskursive retninger inden for fødevare- og sundhedsområdet.

Senmodernismens konturer

Højmodernismen, senmodernismen, postmodernismen[11], postindustrialismen[12], postkapitalismen[13] og senkapitalismen er nogle af de termer, der knytter an til det paradigmeskift, der i det senere tyvende århundrede præger de vestlige samfund og resulterer i, at nye vilkår skaber forskydninger i alt fra institutioners og sociale systemers virke til individers dag-til-dag-beslutninger. Hvorvidt der tages hul på en ny epokegørende tid (post-), eller en fortløbende æra af den moderne tid, er til stadighed centrum for diskussion (Giddens, 1990, 1991; Brown, 1993, 1995; Firat og Venkatesh, 1995; Firat og Schultz, 1997). Termer som fragmentering, decentralisering, hyperrealitet, multikultur (for flere se blandt andre Firat og Venkatesh, 1995; Firat og Schultz, 1997; Brown, 1995) knytter an til den postmoderne tid, men et helt centralt aspekt for bevægelsen fra modernismen til postmodernismen er udvidelsen af den videnskabelige erkendelse og beskaffenhed. Rationel videnskab og absolutte sandheder gennem objektiv viden har optaget meget af den moderne tid, der ved overgang til postmodernismen efterfølges af en bredere erkendelse af viden og dens beskaffenhed, hvilket udmunder i en åbenhed overfor flere sandheder, stilarter, paradokser, ironi, skepsis og en afstandtagen til generaliseringer (Brown, 1993, 1995).

Giddens bekender sig til dele af de postmoderne tendenser, men anser de samfundsmæssige epoker for kontinuerlige udviklinger af samfundet og tillægger derfor ikke paradigmeskiftet samme radikalitet, da det er for tidligt at tale om et decideret opbrud med moderniteten. ”*Modernitet er en post-traditionel orden – men ikke en orden, hvor traditioner og vaners sikkerhed er blevet erstattet af den rationelle videns vished. Tvivlen er et gennemgående træk ved den moderne kritiske fornuft […] Påstande kan meget vel være sande, men de er principielt altid åbne for revision og må muligvis forkastes på et senere tidspunkt.*” (Giddens, 1991:11).

I kraft af kontinuiteten betegner Giddens også nutidens samfund som et produkt af senmodernismen eller højmodernismen og forholder sig især til det apokalyptiske ved samfundet med brug af betegnelsen risikokulturen (Giddens, 1990, 1991). Med senmoderniteten introduceres risici som blandt andet masseødelæggelsesvåben og våbenkontrol, sammenbrud i de globale økonomiske

[11] Ordet ’post’ refererer jf. Giddens (1990) til noget nyt, en ny social orden, der bryder med tidligere bevægelser inden for den sociale udvikling og orden, som kendetegner modernismen.
[12] Postindustrialisme udspringer af Durkheims forståelse af industrialismens afgørende betydning for den hurtige forandring af det moderne liv og kontinuerlige opfyldelse af humane behov (Giddens, 1990:11-12).
[13] Postkapitalismen er mest brugt blandt Marx tilhængere, der vil argumentere for, at det mest gennemtrængende karakteristika ved den moderne tid er kapitalismen, der skaber social orden gennem økonomiske systemer og institutioner (Giddens, 1990:11).

systemer, supermagternes fremvækst og den menneskelige dominering af naturen, der kan medføre økologisk katastrofe. Fremtiden trækkes konstant ind i nutiden og risikovurderinger er en naturlig del af senmodernismen. For individet fungerer tillid som et blokerende hylster, der sikrer en sammenhængende ikke-neurotisk hverdag, hvor den valgte livsstil opretholdes, idet der er en tillid til, at regeringer og andre organisationer vil være i stand til at håndtere trusler og risici (ibid.).

"*Et af de forhold, der tydeligst adskiller den moderne epoke fra den periode, som gik forud, er modernitetens ekstreme dynamik. Den moderne verden er en "løbsk verden": Ikke alene er den sociale forandrings hastighed langt højere, dens omfang og den dybde, hvormed den påvirker tidligere eksisterende sociale praksisser og adfærdsnormer, er også langt større.*" (Giddens 1991:27). De dynamiske og diskontinuerlige karaktertræk ved det moderne sociale liv, der tager sig ud i nutidens samfund, placerer Giddes inden for tre hovedtemaer: adskillelse af tid og rum, udlejring af sociale institutioner og institutionel refleksivitet.

Tid og rum var tidligere forbundet gennem stedets beliggenhed og den sociale aktivitet, men resultatet af globaliseringens indflydelse i senmodernismen har skabt en løsrivelse af tid fra rum, så sociale handlinger ikke i samme grad knytter an til et konkret fysisk sted. Det lokale er erstattet af det globale – en verden med universelt dateringssystem og globalt standardiserede tidszoner. Det indebærer også, at de sociale relationer udlejres[14] af de lokale sammenhænge og reartikuleres på tværs af tid-rum-områder (Giddens, 1990, 1991). Giddens skelner mellem to udlejringsmekanismer i form af symbolske tegn som udvekslingsmedier (for eksempel penge) og ekspertsystemer, som der ofte gøres brug af inden for fødevareområdet, hvor læger, diætister, ernæringseksperter har vundet forbrugernes tillid med deres kontinuerlige eksponering og tiltagne viden. Det stigende informations- og vidensflow forårsager den gennemgribende refleksivitet og konstante revision, der rykker ved de etablerede forskrifter og praksisser, som tidligere konstituerede det sociale liv. En refleksivitet der ikke kun gennemsyrer individets hverdag, men også de moderne organisationer og institutioner.

Moderniteten har resulteret i en globalisering af social aktivitet på bekostning af en afstandtagen fra lokale kontekstualiteter. En af konsekvenserne herved er, at individet dagligt konfronteres med utallige tilbud og valgmuligheder, der skaber kompleksitet i valgsituationer, da senmodernismen

[14] Begrebet udlejring kan sidestilles med 'løsrivelse' eller at 'løfte ud' af en kontekst/sammenhæng (Giddens, 1991:30).

ikke hviler på et entydigt fundament, der kan fungere guidende for individet (Giddens, 1990, 1991). Individets valg af livsstil bliver derfor dominerende, da livsstilen skaber en meningsfuld beslutningsplatform. Begrebet livsstil er de senere årtier brugt i adskillige henseender og synes efterhånden at have mistet sin substans. Et par eksempler (Vejlgaard, 2001:156) herpå er følgende:

Fitness er en livsstil (= interesse, aktivitet)
Han har en rodet livsstil (= livsførelse)
Europæernes livsstil er under forandring (= livsmønsteret ændrer sig)
Forældrene har fået en ny livsstil (= gået ind i en ny livsfase)
Hendes hjem er præget af hendes livsstil (= stilmæssig iscenesættelse)

Eksemplerne viser flertydigheden i livsstilsbegrebet. Giddens definerer livsstil således: ”*En livsstil kan defineres som et mere eller mindre integreret sæt af praksisser, der følges af individet, ikke alene fordi sådanne praksisser opfylder nyttemæssige behov, men også fordi de giver en materiel form til en særlig fortælling om selvidentiteten.*” (Giddens, 1991:100).

For Giddens er livsstil noget der ‘adopteres’ snarere end en arvemæssig position, hvor valg af livsstil udtrykkes som rutinemæssige praksisser inkorporeret i dagligdagens forskellige valg og handlemåder. Eksempelvis kan et individ vælge en livsstil præget af tillid til økologimærket, og dermed fremstår valg af økologiske produkter som en markering af individets livsstil. Alle valg kan i bund og grund anskues som en manifestation af en given livsstil, hvorigennem vi viser, hvem vi ønsker at være. Livsstilen er udtryk for individets selvidentitet, der udgør en central kerne i det senmodernistiske samfund, hvor individer med stor bevidsthed gør brug af selviscenesættelse. Senmodernismen fordrer nye selvidentitetsmekanismer, hvor selvet formes, men også former, modernitetens institutioner. Som Giddens udtrykker: ”*Det sociale livs ”åbenhed” i dag, pluraliseringen af handlingskontekster og ”autoriteternes” mangfoldighed indebærer imidlertid, at livsstilsvalg bliver stadig vigtigere i konstitueringen af selvidentitet og daglig aktivitet. Refleksivt organiseret livsplanlægning bliver et centralt træk ved struktureringen af selvidentiteten, hvilket normalt forudsætter, at man overvejer risici, som er filtrerede gennem kontakten af ekspertviden.*” (Giddens, 1991:14).

At udvælge og skabe en livsstil kan virke som en individualiseret proces, men det er langt fra tilfældet. Individer påvirkes af udefrakommende forhold som for eksempel medier, eksperter, producenter, offentlige institutioner og de sociale miljøer, som individer dagligt færdes i. Livsstilsmulighederne bliver en beslutning om valg af socialt miljø, som individet kan identificere sig med og ønsker at være en del af på bekostning af andre alternativer.

Myndighedernes sundhedsdiskurs

I senmodernismens samfund er fødevarer og sundhed til daglig debat. Myndighederne[15] søger med adskillige kommunikationstiltag at påvirke individernes livsstil. Sundhed som samfundsmæssigt fænomen synes i dag at være et af de mest omdiskuterede emner, siden World Health Organisation for år tilbage erklærede fedmeepidemi i en stor del af de vestlige lande. En epidemi der årligt koster det danske samfund millioner af kroner og forringer livskvaliteten for mange mennesker (Norden, 2006; Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2007). Afledt heraf er myndighedernes stigende fokus på danskernes levevis og indtag af fødevarer, hvor hensigten er at højne den generelle sundhedstilstand ved at påvirke individerne til en sundere livsstil (Regeringen, 2002; Kjøller et al., 2007; ATV, 2007).

En konsekvens af senmodernismen er de mange valgmuligheder, som individerne dagligt konfronteres med. Det er ikke kun et massivt udvalg af fødevarer, der skal tages stilling til, men også inden for sundhedsområdet er der etableret forskellige sundhedsopfattelser, som alle bunder i divergerende overbevisninger. I samfundet eksisterer flere forskellige sundhedsdiskurser, og der findes ikke et entydigt billede af, hvad der konstituerer opfattelsen af sundhed. Sundhedsdiskurser former den sociale virkelighed, men det modsatte synes også i vid udstrækning at gøre sig gældende, idet udviklingen i sociale forhold opfattes som vigtige mulighedsbetingelser for den diskursive udvikling (Laclau og Mouffe, 1985; Thomsen, 2002). Et tydeligt eksempel herpå er World Health Organisations deklarerede fedmeepidemi, der har resulteret i en forstærket indsats på sundhedsområdet og en påvirkning af sundhedsdiskurserne.

[15] Myndighederne yder finansiel støtte til mange af de større interesseorganisationer, som også jævnligt iværksætter sundhedskampagner. Når der refereres til myndighedernes kommunikationsindsats i denne afhandling tages disse interesseorganisationer implicit med i betragtningen.

Der eksisterer flere diskurser i samfundet, men den overordnede diskursive formation kan anskues som et rammeværk for, hvad individerne kan sige og gøre i forhold til en given diskurs, og bliver hurtigt regel og normgivende for vores ageren i hverdagen. Ofte udspringer flere diskurser af den overordnede diskursive formation, der sætter betingelserne for, hvorvidt en adfærd er i trit med den ene eller anden diskurs. Ifølge Foucault er en diskurs en gruppe eller serie af udsagn, som alle er underlagt nogle regler eller eksistensvilkår (Foucault, 2005, 2001). Udsagnene er essentielle, idet de henholdes til de regler, der er gældende for, hvilke udsagn der accepteres som meningsfulde og sande i den givne kontekst. Udgangspunktet for diskursen er, at den entydige sandhed ikke findes, men at der findes diskursive og dermed relative sandheder (Foucault, 1983). Derfor må individets sundhedsoverbevisninger og handlinger følgelig anskues som sammensat af adskillige relative sandheder indeholdende mange efterrationaliserede argumenter, der tager form i særlige praksisser. Praksisser som grundlæggende har sin plads i en bestemt type verden, eller mere korrekt i en bestemt type diskurs.

Foucault fremhæver, at enhver tale er en tale i en bestemt diskurs påhæftet bestemte regler for acceptabilitet, ifølge etableringen af vise videns- og sandhedsregimer, der regulerer omgangen med os selv, hinanden og vor omverden (Andersen, 1999). Intet er neutralt, objektivt eller prædisponeret i forhold til de samfundsetablerede diskurser, men virkeligheden viser sig at være det kompleks af sandheder, vi fortolker den som og fylder 'det tomme menneske' med (Foucault, 1991; Heede, 2004). Alt hvad der kan italesættes er italesat, og dermed kan individerne kun tænke, tale og agere inden for de rammer og ud fra de positioner, diskursen giver.

Det er hensigten med myndighedernes indsats på sundhedsområdet at etablere rammerne inden for hvilke individet kan træffe sundhedskorrekte valg. I nutidens kakofoni af sundhedsinformationer forsøger myndighederne via forskellige tiltag at etablere en overordnet sundhedsdiskurs, der med tiden aflejres i kulturen, og får de vildledte individer på rette spor. Diskursen som myndighederne er fortalere for, er koncentreret om de otte officielle kostråd, som individet anbefales at følge (Astrup et al., 2005).

De officielle danske kostråd

Spis frugt og grønt – 6 om dagen

Spis fisk og fiskepålæg – flere gange om ugen

Spis kartofler, ris, eller pasta og groft brød – hver dag

Spar på sukker – især fra sodavand, slik og kager

Spis mindre fedt – især fra mejeriprodukter og kød

Spis varieret – og bevar normalvægten

Sluk tørsten i vand

Vær fysisk aktiv – mindst 30 minutter om dagen

De otte kostråd er anbefalinger til, hvordan individerne bør navigere blandt et komplekst udbud af fødevarer og sundhedsinformationer. Implicit indeholder kostrådene en kategorisering af sunde og usunde fødevarer, men der lægges vægt på, at det handler om kosten som helhed, hvor målet er en afbalanceret daglig kost (ATV, 2007). Formålet med de etablerede kostråd er ønsket om at påvirke individernes adfærd i en hensigtsmæssig retning, og udstyre individerne med værktøjer til at kunne træffe ernæringsrigtige beslutninger. Som led heri er forskellige ernæringsmærker og modeller blevet diskuteret gennem en længere årrække, hvilket har resulteret i, at Spismærket[16] i 2007 blev introduceret på markedet som en hjælp til forbrugeren i selve købssituationen. Spismærket blev i juni 2009 afløst af Nøglehulsmærket, som er et fælles skandinavisk ernæringsmærke, der stadig fungerer som en frivillig ordning, hvor det er op til de enkelte producenter at vurdere, om de ønsker at benytte ernæringsmærket (www.spismest.dk).

Fra myndighedernes side er målet at skabe gode rammer for at fremme sundheden, hvilket gøres via oplysningskampagner, regulering og lovgivning på produkt- og markedsføringsområdet, obligatoriske og anbefalede deklarationer, sundhedsfremmende projekter og kontinuerlig revision af sundhedspolitikker (ATV, 2007; Norden, 2006; Regeringen, 2002). Det er alle tiltag der, i større eller mindre udstrækning, har til formål at disciplinere individerne til en passende adfærd, som i sidste ende tjener samfundet bedst.

[16] Spismodellen inddeler fødevarer i kategorierne: Spis mest, Spis mindre og Spis mindst. Brug af Spismærket er en frivillig ordning for producenterne (www.spismest.dk).

Myndighederne som disciplinerende instans

Sundhedsforebyggelse og sundhedsfremme handler dybest set om at ændre adfærd i en ønskelig retning. Denne påvirkning kan anskues som en disciplinering af individet til at blive en mere korrekt samfundsborger, hvilket i sig selv ikke er ekstraordinært, da socialiseringen også finder sted inden for andre institutioner og samfundsområder som i trafikken, skolen, hæren, familien og på arbejdspladsen. Inden for sundhedsområdet er det nærliggende at betragte denne disciplinering og tilpasning af den menneskelige adfærd i et magtperspektiv med myndighederne som magtudøvere (Vallgårda, 2003).

Magtbegrebet er et centralt begreb i forståelsen af myndighedernes indvirkning på sundhedsdiskursen og kan studeres på mange niveauer. Historisk er udviklingen gået fra kirken, som værende toneangivende i magtstrukturen, til i dag, hvor staten har overtaget og forankret magten i forskellige offentlige institutioner som sundhedssektorer, uddannelsesinstitutionerne, hospitaler osv., men også i de individualiserede masser som familien, medarbejderne og arbejdsgiverne. Ifølge Foucault (1982) eksisterer magt kun mellem relationer – individuelle som kollektive, og selve magtudøvelsen består i at påvirke individers handlinger og derigennem forme individers mål, handlemønstre og egenskaber. Det interessante for Foucault er ikke magtudøvelsen i sig selv, men hvordan individets handlinger modificeres som resultat heraf, og ligeledes hvilken selvforståelse og egenskaber magtudøvelsen fremmer hos individet (ibid.).

Ifølge Foucaults måde at anskue magt på, er magt allestedsnærværende i en hver social relation, og i modsætning til mange andre magtteorier opfatter Foucault ikke magt som negativt. Det forudsættes, at magt udøves over frie mennesker, som inden for vise rammer har mulighed for at handle som de ønsker og ligeledes gøre modstand (ibid.). Magtudøvelsen udtrykker Foucault således: ” *[...] en struktur af handlinger, som retter sig mod mulige handlinger: Den tilskynder, den forfører, den letter eller vanskeliggør; i ekstreme tilfælde tvinger eller forbyder den; ikke desto mindre er det altid en måde at handle på i forhold til et handlende subjekt eller handlende subjekter i kraft af deres evne til at handle.”* (Foucault, 1982:220).

Magtudøvelse og disciplinering af samfundets individer er centrale emner i Foucault begreb ‘biomagt’ eller ‘biopolitik’, der henfører til statens/myndighedernes aktive rolle i at forme befolkningens adfærd, værdier og moralske bevidsthed ved at undertrykke og forbyde nogle typer

opførsel, men også gøre bestemte typer opførsel mere attraktive end andre. Den aktive indgriben i forsøget på at forbedre individernes sundhedstilstand er et klart resultat af en biopolitik, hvor staten på subtil vis definerer grænserne for individets adfærd (Foucault, 1991; Raffnsøe, 2002; Vallgårda, 2003). Staten former præferencer og gør nogle valg sværere at træffe end andre ved at mobilisere moralsk bevidsthed, så det at spise ikke kun er et sundhedsproblem, men også et spørgsmål om moral, der stiller krav til individerne om at være i stand til at regere sig selv. Det har individerne bevist, at de ikke helt er i stand til (ATV, 2007; Regeringen, 2002). Staten er derfor nødt til at forbinde nogle bestemte typer livsstil med nogle bestemte moralske valg.

Forekomsten af biopolitik blev først set fra midten af 1700-tallet, hvor et øget fokus på befolkningsomsorg og befolkningens sundhedstilstand tog fart (Foucault, 1991; Raffnsøe, 2002). Disciplineringen består ikke alene i at lede befolkningen på et overordnet plan, men ligeledes i at uddanne individer og bringe dem, der skal styres i stand til at styre sig selv, eller bringe individet til at *vælge* at styre sig selv. Ganske som tilfældet er i dagens samfund, hvor regeringen med flere forskellige sundhedskampagner og andre tiltag forsøger at uddanne individerne til at vælge at leve det sunde liv. Som led i oplysningsindsatsen fra myndighederne side ligger et ønske om, at individet går fra beherskelse til selvbeherskelse, kontrol til selvkontrol og disciplin til selvdisciplin, med henblik på at disciplinere individerne, så statens rolle på længere sigt minimeres (Vallgårda, 2003). Grænserne for statens disciplineringsanordninger og indblanding i individernes liv er dog til stor diskussion. ”*Statens rolle i forbindelse med forbedring af befolkningens kost er og har altid været omdiskuteret. Det er ofte blevet anført, at der er snævre grænser for, hvor meget staten skal blande sig i borgerens kost og kostvaner, og at det bør være den enkeltes frie valg, hvad hver især vil spise. Derfor mener mange, at statens ernæringspolitiske indsats bør koncentreres om oplysning og undervisning, dvs. oprustning af individet til at træffe det sunde valg.*” (ATV, 2007:11).

Den biopolitiske magt effektiviseres med disciplin og normaliseringsprocesser, hvor individet udrustes til at agere inden for myndighedernes anbefalinger. Individet bliver ikke ladt i fred, for ud fra et skalamæssigt synspunkt er kroppen aldrig helt ideel, da den altid kan forbedres i form af sundere kostvaner, mere motion, mindre alkohol mv. Det at lære (eller opruste jf. ovenstående citat) individer i samfundet til at leve et sundere liv, kan sidestilles med at indbygge denne skala i individer selv, så samfundet på længere sigt ikke behøver overvåge og kontrollere individerne

(Jensen og Hansen, 2006). Det er håbet, at den biopolitiske disciplinering på sigt vil resultere i sundere individer med højere livskvalitet.

Den neoliberale biopolitik, som er styrende for det danske samfunds sundhedspolitik, forholder sig til individets handlinger i sådan en grad, at der meget sjældent laves forbud, men til gengæld gøres individet ansvarlig for egne handlinger. Udviklingen i liberaliseringen har resulteret i en styring, hvor det handler om at udstyre individet med valgmuligheder og oplysninger om valgenes konsekvenser, for i sidste ende at vise ansvarlighed i forhold til sig selv og rent solidarisk[17].

Udledt af en økonomisk betragtning er det fundet rentabelt at investere i sundhedsforanstaltninger og monitorering heraf, da beregninger anslår de samfundsøkonomiske konsekvenser ved overvægt til at ligge i millionklassen (Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2007). Derfor er der fra myndighedernes side iværksat en kontrolforanstaltning, der løbende evaluerer individernes sundhedstilstand og indirekte sundhedstiltagenes effekt. Monitoreringen omtales således i et af sundhedsprogrammerne: "*I tilknytning til programmet er der udarbejdet et indikatorkatalog. Formålet er at sikre en løbende monitorering og dokumentation af udviklingen i befolkningens sundhed, sundhedsadfærd og den forebyggende indsats.*" (Regeringen, 2002:4). Yderligere monitorering foretages på nordisk niveau, hvor en fælles nordisk indsats på sundhedsområdet er etableret i håb om, at en samlet indsats vil fremme og styrke sundhedsinitiativer på tværs af de nordiske lande. "*Nordisk Ministerråd har besluttet at udvikle en fælles nordisk monitorering af kostvaner, fysisk aktivitet og overvægt. Det er målsætningen, at der skal indsamles data hvert andet år, som på repræsentativ vis dækker køn, foruddefinerede aldersgrupper (blandt andet børn og unge) og sociale lag.*" (Norden, 2006:21). Monitoreringen er til for at regler og guidelines jævnligt kan justeres i forhold til disciplineringens fokusområde. Med guidelines, som de officielle otte kostråd, forsøger disciplineringen at ensarte det forskelligartede, den standardiserer og individualiserer.

Nicolas Roses styringsformer

Foucault har været banebrydende inden for den netop præsenterede diskursforståelse og magttænkning, hvilket har givet anledning til en strøm af empiriske analyser og teoretiske

[17] En solidaritet der primært refererer til en økonomisk solidaritet, idet de sundhedsmæssige konsekvenser ved usund levevis er en økonomisk belastning for samfundet (Jensen og Hansen, 2006; Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2007).

videreudviklinger. I kølvandet heraf har Nicolas Rose arbejdet videre med tre magtudøvelsesteknikker, hvor den gennemgående opfattelse af individet, som det frie og ansvarlige menneske, der er medlem af samfundet, er meget i tråd med Foucaults opfattelse af magtudøvelse, som et produktivt element og ikke nødvendigvis undertrykkende (Foucault, 1982, 2005; Rose, 1999). At styre mennesker indebærer netop *"[…]ikke at ødelægge deres evne til at handle, men anerkende den og bruge den til sine egne formål."* (Rose, 1999:4). Antagelsen om det frie individ som medlem af fællesskabet manifesteres også gennem flere offentlige sundhedsrapporter. *"Det er nødvendigt med en fælles indsats – med respekt for den enkelte og den enkeltes valg […]. Sundhed skabes i et sammenspil mellem den enkelte, familien, og de små og store netværk og fællesskaber, som den enkelte indgår i."* (Regeringen, 2002:4-6). Gennemgående for flere af sundhedsrapporterne er opfattelsen af individet som frit handlende, men stadig som del af et større fællesskab (Regeringen, 2002; Norden, 2006; ATV, 2007).

Roses (1999) styringsformer eller magtudøvelsesteknikker udspringer alle af frihedsaspektet i styringen – styring gennem frihed, og udmunder i tre typer: *styring gennem disciplin*, *styring gennem solidaritet* og *styring gennem autonomi*. Styring og frihed er ikke dikotomier men relationelle i den forstand, at individet i samfundsmæssig sammenhæng kan opnå en frihed til at styre sig selv og dermed have en vis magt over sig selv. Styringens og disciplineringens formål bliver derfor at udstyre individet med de fornødne ressourcer i form af selvbeherskelse, selvkontrol og selvdisciplin til at træffe sundhedsmæssige korrekte beslutninger, når der handles, tilberedes, serveres og nydes mad. Kun den ansvarlige kan få lov til at handle frit og som Rose skriver: *"Individer må se og handle i forhold til sig selv, som både frie og ansvarlige, både som frihedsmennesker og medlemmer af samfundet, hvis en liberal styreform skal være mulig."* (Rose, 1999:68).

Styring gennem disciplin indbefatter, at myndighederne tager aktiv del i konstruktionen af normalitetsforestillingen, som for eksempel med den tidligere nævnte skala, der søges inkorporeret i individet, så individet kan måle, i hvilken grad adfærd er mere eller mindre acceptabelt i forhold til de udstukne guidelines. Ved at påvirke individerne i den retning, forsøger myndighederne at internalisere normer og idealer for, hvad der synes samfundsmæssigt anerkendt og mindre antaget – måske ligefrem skamfuldt. Frihed gennem disciplin forudsætter selvdisciplin og selvkontrol, og har fokus på at individet gøres bevidst om sin ageren, ved at kunne spejle sig i medborgernes

handlinger, og dermed deltager individet aktivt i styringen. For at opnå den ønskede normalitet, er det nødvendigt, at individerne styrer sig selv gennem selviagttagelse og er bevidste om deres position i forhold til de etablerede normer (ibid.). Denne styringsform er udpræget i det danske samfund, hvor flere disciplinære foranstaltninger etableres i forskellige målgrupper i form af sundhedsprojekter som for eksempel Børneboxen, Madklassen og Seks om dagen. Myndighederne oplyser, uddanner og appellerer til individer om at handle ifølge forskrifterne. *"Oplysningskampagner sigter mod at få forbrugerne til at handle rationelt og gennemskue konsekvenserne af deres handlinger."* (ATV, 2007:57) Alligevel viser utallige sundhedsrapporter (Regeringen, 2002; Norden, 2006; ATV, 2007), at danskernes sundhedstilstand langt fra er som ønsket, og der kan derfor sættes spørgsmålstegn ved indsatsens effekt.

For at en valgt magtudøvelse skal lykkes, behøver de styrede (individerne) ikke at dele de styrendes (myndighedernes) mål, men den pågældende adfærd, som ønskes af individerne, skal fremstå meningsfuld for dem. Blandt myndighedernes incitamenter, i disciplineringen af individer til et sundere liv, er den voksende økonomiske byrde, som er en samfundsmæssig konsekvens af usund levevis – her især forårsaget af svær overvægt og fedme, som skønnes at koste det danske samfund et årligt tocifret milliardbeløb (Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2007; ATV, 2007). Individers målsætning om en sundere levevis er baseret på ønsker om et godt helbred, større velværd og tab af overflødige kilo (ATV, 2007). Målsætningerne er ikke ensartede, men myndighederne forsøger på mange måder at gøre kostråd og anbefalinger meningsfulde for individerne, ved at udruste individerne med værktøjer, så de kan se fornuften i anbefalingerne og få inkorporerede dem i hverdagen. For eksempel operationaliseres frugt og grøntkampagnen Seks om dagen til konkrete forslag til, hvordan seks stykker frugt og grønt kan indgå i hverdagens kostsammensætning. Det samme gør sig gældende ved den såkaldte Tallerkenmodel, der også er en forenkling af kostråd, der fortæller individet, hvordan og hvor meget kød, kartofler/ris/pasta og grønt skal fylde på tallerkenen. Herved formes og styres individernes handlinger, så den rigtige adfærd fremmes og individet disciplineres til at blive den gode borger, der tager ansvar for sig selv og sin familie.

Styring gennem solidaritet har større fokus på fællesskabet, som individet er en del af. Essensen af denne styringsform er, at fremme individets ansvarlighed overfor det større fællesskab (Rose, 1999). Et perspektiv som myndighederne gør brug af. "*Vi har her et ansvar overfor hinanden. I fællesskaberne er vi med til at skabe hinandens liv.*" (Regeringen, 2002:7). "*Sundhed skabes i et*

sammenspil mellem den enkelte, familien, og de små og store netværk og fællesskaber, som den enkelte indgår i." (Regeringen, 2002:6). Individet gøres bevidst om denne gensidige forpligtelse og opfordres til at handle i overensstemmelse med samfundets normer, som en god social borger, der er tilpasset samfundet (Rose, 1999). Denne styringsform er meget i trit med styring gennem disciplin, og mange af de samfundsmæssige tiltag inden for sundhedsområdet kan tilsluttes begge styringsformer. Når individet gennem massemedierne eksponeres for de samfundsmæssige økonomiske konsekvenser, som usund livsførelse forårsager, så refererer dette til en styring gennem solidaritet, idet der henføres til fællesskabet, og hvordan samfundet med individet i centrum kan løfte denne opgave. Myndighederne har på fællesskabets vegne udstukket retningslinjer og etableret landsdækkende målsætninger for, hvordan individernes helbredstilstand bør være på tværs af, og uden hensyntagen til, kulturelle og sociale forskelle. Myndighederne har anslået de sundhedsmæssige konsekvenser ved forringede sundhedstilstande og på den baggrund anbefalet et fælles BMI[18] niveau (Body Mass Index), hvor sigtet er, at alle individer skal kunne placeres inden for et ønsket værdiinterval (ATV, 2007; Norden, 2006). Endvidere har individet mulighed for selvkontrol ved at teste sin helbredstilstand online og derefter måle sig i forhold til gennemsnittet og anbefalinger (www.helsenyt.com). Det er sågar muligt at få estimeret en forventet levealder ud fra en sundhedstest indeholdende spørgsmål om kostvaner, fysisk aktivitet, demografiske personkarakteristika, samt sygdomshistorik og mentale tilstand (www.dr.dk).

Styring gennem autonomi koncentrerer sig om individet, som selvstændig styrende enhed, hvor relationer til andre mennesker anses som mindre vigtige. Myndighederne styrer ved at behandle den enkelte som et autonomt individ, med det vigtigste mål at skabe et godt liv for sig selv og realisere egne mål i livet. Individet har ikke blot frihed til at vælge, men er forpligtet til at være fri og have egen ret og evne til at forme eget liv. Alligevel sker der en styring fra myndighedernes side, hvor individets evner og adfærd påvirkes i en bestemt retning, så idealer og normer formes ønskeligt i forhold til det individet tilstræber (Rose, 1999). For at denne styringsform kan realiseres, er det nødvendigt, at individet besidder de nødvendige ressourcer og formår at bruge dem, i forhold til at kunne realisere de mål den styrende enhed, myndighederne, opstiller. Denne styringsform er på mange måder et ønskeligt fremtidigt scenarie, idet der forudsættes, at individet med tiden er disciplineret til dydig adfærd og derfor handler inden for de fastsatte anbefalinger og anordninger. Suveræniteten ligger hos individet. I nutidens samfund med forværrede sundhedstilstande

[18] BMI (Body Mass Index) beregnes som funktion af individets højde og vægt og bruges som indikator for, om individet er undervægtig, normalvægtig, overvægtig eller svær overvægtig (ATV, 2007).

eksekveres denne styringsform ikke. Mange individer tilkendegiver at besidde den nødvendige viden[19] inden for kostmæssige anbefalinger, men det tyder på, at individerne ikke formår at træffe de rigtige dispositioner.

Der kan diskuteres, hvorvidt Roses styreformer kan sidestilles med forskellige epoker. Jeg vil mene, at styreformerne kan fungere parallelt og på mange måder bidrage positivt til forståelsen af myndighedernes brug af styring indenfor folkesundhedsområdet i det danske samfund. Især Roses perspektiver *styring gennem disciplin* og *styring gennem solidaritet*, har åbnet op for nye anskuelser af samfundsmæssige styringsteknikker, selvom de to styreformer har flere overlappende områder. De bygger umiddelbart på en fælles forståelse af samfundsborgeren, som den ansvarsfulde og til dels selvstyrende, hvilket harmonerer med den opfattelse af individet, som kommer til udtryk igennem flere af de offentlige sundhedsprogrammer (Regeringen, 2002; Norden 2006; ATV, 2007). Den diskursive retning, som myndighederne forholdsvis entydigt er fortaler for, knytter an til den mere rationelle opfattelse af forbrugere og deres forbrug af fødevarer og sundhed, hvor det antages, at forbrugeren kan styre sit indtag af fødevarer og dermed disciplineres til en sund livsstil.

Placering af ansvar

En central del af sundhedsdiskursernes etablering i det senmodernistiske samfund er spørgsmålet om, i hvilket omfang individer skal disciplineres, reguleres, oplyses eller forbydes specifikke produkter, og hvor meget myndigheder kan blande sig i individers livsførelse. For hvem har ansvaret for individers sundhed? Er det myndighederne, eksperterne, medier, producenter eller individet selv? ”*Der er nemlig tale om en fælles opgave og et fælles ansvar. Ingen kan alene løfte opgaven med en bedre sundhed.*” (Regeringen, 2002:3). Ansvaret for en sund livsførelse ligger ikke kun hos individet, men det er myndighederne, som har til opgave at skabe rammerne for sundheden, hvilket blandt andet gøres via lovgivning, planlægning, formidling og jævnligt kontrol med sundhedsudviklingen. Sundhed er blevet et samfundsanliggende, hvor der ikke kun stilles krav til tidligere nævnte institutioner og organisationer.

”*Programmet baserede sig på, at befolkningens sundhedstilstand ikke alene er et anliggende for den enkelte, de nærmeste og for sundhedssektoren, men at andre sektorer (fx arbejdsmarkedet,*

[19] Undersøgelser viser, at 76% af den voksne danske befolkning er bevidste om de officielle anbefalinger for et sundere liv (ATV, 2007).

boligsektoren, uddannelsessektoren og socialsektoren) er meget væsentlige for befolkningens sundhed." (Regeringen, 2002:5).

At forbedre sundhedstilstanden forudsætter, at alle vedkender sig et ansvar og påtager sig sin del af opgaven, så ansvaret placeres inden for tre forskellige niveauer (Regeringen, 2002; Norden, 2006).

1. Den enkelte, familien og det nære netværk, hvor sunde levevaner i hverdagen skal etableres.
2. Daginstitutioner, skoler, arbejdspladser, fællesskaber og foreninger skal sørge for at gennemføre konkrete forebyggende og sundhedsfremmende initiativer.
3. Stat, amt og kommune skal sætte rammebetingelser for forebyggelse via lovgivning, strukturer, redskaber, forskning og vidensformidling samt stille forebyggende ydelser til rådighed for befolkningen.

Sundhed er en fælles udfordring, et fælles ansvar, hvor individet alligevel bør vedkende sig sit ansvar og påtage sig sin del af opgaverne (ibid.). Denne styringsform, som myndighederne anvender, kan placeres inden for Roses styreform, *styring gennem solidaritet*, hvor der henvises til individets position og ansvar for at bidrage til fællesskabet – samfundet. "*Den enkelte har ansvaret for sit eget liv. Vi har alle ret til at leve livet, som vi vil. Træffe vores egne valg. Men vi må være klar over, at vores valg har konsekvenser for os selv og kan påvirke andre – i positiv eller negativ retning […] Vi har her et ansvar overfor hinanden.*" (Regeringen, 2002:6)

Mediernes indflydelse

Medierne spiller en central rolle i senmodernismen og tager del i etableringen af samfundets sundhedsdiskurser, da individer dagligt præsenteres for en bred vifte af mediernes sundhedsprogrammer, indslag og reklamer. Ved blot et øjekast i dagens aviser står det klart, hvor meget sundhed fylder i dagens samfund. Alt fra den politiske sundhedsdebat til kendte menneskers sundhedsanbefalinger pryder avisernes sider, og flere af de store danske aviser har i de seneste år tilført avisen ekstra spalteplads, hvor guidelines til den sunde livsførelse gives (eksempelvis Berlingske Tidendes Fri-tillæg og BTs Sundheds-tillæg).

Flere nye bøger og magasiner i sundhedsgenren kommer på markedet og flere af de eksisterende feminint orienterede blade og magasiner tager tendensen til sig og medgiver gode råd og konkrete praktiske tips til et sundere liv. Desuden laves artikler om 'almindelige' mennesker, der har succes med livsstilsændringer og med at leve efter en sundhedsoverbevisning, hvilket andre individer kan spejle sig i. Historierne er ofte bygget op som en før og efter beskrivelse, der tydeliggør denne håndgribelige forandring en person har gennemgået samtidig med en lovprisning af forskydningen i livsstilen til det bedre. Fælles for historierne er et underliggende mantra om, at han/hun har gjort det – skabt sig et sundere og bedre liv, så derfor kan du også gøre det.

I trit med udviklingen skyder flere sundhedssites frem på nettet og giver mulighed for, at forbrugere jævnligt kan opdateres med den nyeste viden om sundhed, slanketips, sunde opskrifter samt få et individuelt sundhedstjek og en her og nu status på sundhedstilstanden via forskellige onlinetest (www.netdoktoren.dk; www.helsenyt.com). Disse mangfoldige sundhedsorienterede aktiviteter bakkes op af forbrugerprogrammer i tv-mediet med programmer som Livet er fedt, Praxis, Farvel fedt, Du er hvad du spiser og Tab og vind, der ugentligt trækker tusindvis af seere, som ofte følger udvalgte mennesker, der kæmper for at nå fremsatte mål om sundere livsførelse (www.tv2.dk; www.tvdanmark.dk).

I opposition til det store fokus på korrekt kostsammensætning er de mange kokke, som ofte eksponeres og er fortalere for de hedonistiske overbevisninger og hylder det nydelsesmæssige aspekt af fødevarerne. Der lægges vægt på gode råvarer frem for et evigt fokus på fedt, kulhydrater og protein. Smag, sanselighed og fødevarekvalitet er kodeordene i modsætning til fedtfattig og light. Denne forståelse kan anskues som en moddiskurs til rationaler inden for fødevarer og sundhed, hvor der lægges vægt på den ernæringsmæssige sammensætning af kosten og kostens påvirkning af individets fysiske krop og formåen. *"Langt de fleste af os propper mad i hovedet bare for at blive mætte. Og kan det gøres billigt, er vi tilmed glade. Men vi har glemt de andre kvaliteter, mad kan have for os: smag, duft og sanselighed, den personlige tilstedeværelse, samværet med andre, betydningen for vores velvære, sundhed og livsglæde. Når måltidet er bedst, er det et mikrokosmos af den fortættede opmærksomhed og nydelse, vi ønsker at opleve med os selv og vores familie og venner i livet som helhed."* (www.clausmeyer.dk). Citatet er fundet på Claus Meyers hjemmeside, hvor han som én af de mange populære unge kokke, inkluderende navne som Nikolaj

Kirk og Morten Heiberg, er toneangivende for de fødevarepraksisser, der gør sig gældende inden for denne hedonistiske grundlæggelse.

Ekspertsystemernes rolle

Fælles for mediernes arbejde inden for det sundhedsfaglige område er, at der ofte inddrages eksperter[20] og specialister, som repræsenterer forskellige overbevisninger inden for det sundhedsfaglige område. Det stigende antal eksperter er et resultat af senmodernismen (Giddens, 1991). Ekspertkategorien favner bredt fra professorer inden for human ernæring, slankespecialister, læger, kokkeuddannede, tidligere overvægtige, som er kommet ind på det rette spor igen, coaches, psykologer og andre der har specialiserede sig inden for området. Eksperter er i høj grad med til at definere yderlighederne på skalaen for, hvad der er acceptabelt, idet eksperterne skildrer det ideelle og ønskelige. Individers hverdag gennemsyres af eksperter, der eksponerer erfaringer og viden gennem massemedierne, og giver individer en mangfoldighed af tilbud og valgmuligheder, der kan synes svært overskuelige. Alligevel har ekspertsystemet vundet forbrugernes tillid gennem udbredt erfaringsformidling, der i ugeblade og tv-programmer, som Ha det godt, Lægens Bord og Farvel Fedt, er domineret af læger og ernæringseksperter (www.tv2.dk; www.dr.dk).

Det bemærkelsesværdige ved de mange forskelligartede typer af eksperter er, at de tilhører divergerende grupper af overbevisninger om sundhed, der alle har rødder i hver deres opfattelse af menneskets biologiske og ernæringsmæssige behov. Et glimrende eksempel på forskellige ekspertsystemer, som har vundet indpas på markedet, er sundheds- og slankekoncepter som De Danske Vægtkonsulenter, Vægtvogterne, Dr. Atkins kur og derudover er flere alternative sundhedsforståelser opstået, som spis efter din blodtype, spis efter syre-base principperne, spis flere proteiner, spis færre kulhydrater, spis kun økologisk osv. En anden overbevisning findes, som tidligere nævnt, hos madskribenter og kokke, der ønsker at fremme forbrugernes interesse for nydelse og den gode smag. Fælles for dem alle er, at de er fortalere for en given trosretning, som forbrugeren skal bekende sig til og vælge at leve efter i bestræbelsen for et sundere liv.

Ofte konvergerer flere af de nyere diskurser eller trosretninger med den offentlige sundhedsdiskurs, hvilket understreger den meget fragmenterede information, som forbrugeren dagligt konfronteres med. Det bekræfter Laclau og Mouffes pointe med, at det ikke kun er diskurser, der former og

[20] Giddens kalder hele kategorien af eksperter og specialister for 'ekspertsystemet' (Giddens, 1991:30).

skaber den sociale virkelighed, men udviklingen i sociale og samfundsmæssige forhold opfattes, som vigtige mulighedsbetingelser for den diskursive udvikling, og ofte etableres disse forskydninger i en diskursiv tænkning (Laclau og Mouffe, 1985; Thomsen, 2002).

Producenternes bidrag

"*Fødevareindustrien, detailhandlen, cateringbranchen og medierne er vigtige aktører, når det handler om at påvirke individets valg. Dette gælder blandt andet via de produkter, der udbydes, deres tilgængelighed, portionsstørrelser, markedsføring osv. Det forventes, at de private interessenter påtager sig et medansvar og deltager i indsatsen for at fremme sundere kostvaner og øget fysisk aktivitet i Norden.*" (Norden, 2006:14). Fødevareindustrien og detailhandlen spiller en central rolle i forbrugernes hverdag og er naturligvis vigtige figurer i produktionen og reproduktionen af de diskursive retninger, som kendertegner senmodernismen.

Det øgede fokus på sundhed og velvære har resulteret i en stigende efterspørgsel efter mere sundhedsorienterede produkter som light, fedtreduceret, sukkerfri, økologisk, udrensende osv. Flere af de veletablerede sundhedskoncepter som De Danske Vægtkonsulenter og Vægtvogterne udnytter dette behov ved at producere sundhedsfremmende og slankende fødevarer, som kan købes på internettet og i de store danske supermarkedskæder (www.iso.dk; www.weightwatchers.dk; www.vaegtkonsulenterne.dk). Tilmed har nye sundere og mere fedtfattige brands inden for fødevarekategorien, som De Grønne Slagtere, Minimum, Cheasy mv., fundet vej til supermarkedernes hylder. Light og fedtfattige produkter er i dag så eftertragtede, at de fleste produktkategorier har et light eller fedtfattigt produkt i porteføljen.

Det er interessant at bemærke, hvordan der kontinuerligt udvikles og introduceres fødevarer i takt med, at nye sundhedsoverbevisninger vinder indpas hos forbrugerne. Fedtfattige, sukkerfri og light produkter er for længst udbredt og etableret på det danske marked, men de senere år er der inden for bestemte produktkategorier lanceret produkter med ekstra protein eller mindre kulhydrat, ligesom flere af de kendte sundhedsguruer og slankeeksperter har introduceret egne produktlinjer. Fitnessdronningen Charlotte Bircow står bag den økologiske fødevarelinje CB Powerfood, der forhandles gennem supermarkedskæden Irma. Slankeeksperten Lene Hansson har ligeledes introduceret helseprodukter, der giver forbrugerne mulighed for at leve efter syre-base metoden,

som Lene Hansson har helliget sig, og derudover har flere af de medievante kokke som Claus Meyer, Nikolaj Kirk og Morten Heiberg introduceret egne brands på markedet.

Den hedonistiske diskurs gående mod sanselighed, smag og nydelse, hvor gode kvalitetsråvarer prioriteres, har resulteret i, at salget af økologiske varer har været markant stigende de sidste år, ligesom mere eksklusive produktlinjer med fokus på kvalitet og nydelse lanceres (Landbrugsraadet, 2007). For eksempel har supermarkedskæden Føtex introduceret produktserien Princip!, der koster lidt ekstra, men til gengæld slår på kvalitet, nydelse og særligt udvalgte råvarer. *"Princip! Er en serie af særligt udvalgte fødevarer i Føtex. Samtlige produkter i serien er udvalgt, fordi de lever op til vores høje krav om kvalitet, fremstilling og oprindelse."* (www.foetex.dk). Flere specialbutikker er blomstret frem og har vundet indpas med produkter inden for økologi, helsekost, sundhed og udsøgte kvalitetsprodukter, der ofte er lokalt producerede (Landbrugsraadet, 2007). I perioden fra 1999 til 2006 er antallet af mindre specialbutikker med fødevarer vokset med 15%, hvor der i samme periode har været et kraftigt fald i de danske dagligvarebutikker trods discountsektoren inden for dagligvarehandlen er vokset betydeligt (ibid.).

Producenterne er bevidste om nødvendigheden i at tilbyde forbrugeren produkter, der understøtter de overbevisninger, som forbrugeren handler efter. Flere og flere produkter sigter mod det sunde image ved at have sunde emner på emballagen, som müesli og kiks med sunde friske frugter og havre på forsiden, der ved en nærmere ernæringsmæssig gennemgang måske ikke er så sunde. Samtidig bruges sundhedsanprisninger som Mindre sukker, Mindre fedt, Det sunde valg, Light osv., hvor der kan stilles spørgsmålstegn ved produktets generelle næringsværdi.

Producenternes tiltag på markedet er ikke blot efterspørgselsorienterede, men reguleres også fra myndighedernes side, hvor lovgivning og forbud sætter rammerne for producenternes muligheder. Myndighederne har udover moms- og afgiftsregulering i forhold til sunde versus usunde fødevarer også fremsat forbud mod for eksempel vidtgående brug af transfedtsyre[21] i fødevarer, så en øvre grænse for et produkts indhold af industrielt fremstillet transfedtsyre er fastsat (ATV, 2007). Endvidere anbefales producenterne at påføre produkter et ernæringsmærke, der kan hjælpe forbrugeren med at gennemskue, om en fødevare er ernæringsmæssig forsvarlig (www.spismest.dk).

[21] Transfedtsyre er også kaldet industrielt hærdet olie.

Myndighederne lægger ikke skjul på, at de anser forbedringen af den generelle sundhedstilstand, som værende et anliggende der i høj grad involverer fødevareindustrien og detailhandlen (ATV, 2007; Regeringen, 2002; Norden, 2006). Flere producenter af mindre ernæringsrigtige fødevarer har valgt at tage del i dette ansvar ved at vise interesse for forbrugernes sundhedstilstand. Blandt andet har producenten af det smørbare chokoladeprodukt, Nutella, valgt at sponsorere det danske håndboldlandshold og derved få Nutellas image sidestillet med sporten og de succesfulde håndbolddrenge (www.nutella.dk). Kims Chips har valgt at fokusere på børnene, hvor Kims Chips blandt andet giver penge til sundhedsprojektet Børneboxen og Dansk Håndboldforbunds håndboldskoler. Kims Chips har sunde links på deres hjemmeside og har netop lanceret en ny produktlinje Minimal, som er en sundere, eller mindre usund, variant til den mere sundhedsbevidste forbruger (www.kims.dk; www.boerneboxen.dk). McDonalds sponsorerer Team Danmark og giver via hjemmesiden tips til, hvordan børn kan være mere fysisk aktive i form af sjove børnelege og anden fysisk udfoldelse (www.mcdonalds.dk). Udover at sælge sukkerrige morgenmadsprodukter til børn, så har Kellogg's siden 1995 støttet Dansk Skoleidræt, ligesom Toms Chokolade også påtager sig et socialt ansvar ved at give gode råd om en sund livsstil på hjemmesiden (www.kelloggs.dk; www.toms.dk). Toms Chokolade har for år tilbage udgivet en slikguide til børn, så forældrene kan give børnene gode slikvaner. Der er flere eksempler på, at producenter tager del i den sociale ansvarlighed i samfundet. De rider med på sundhedsbølgen ved at profilere sig som en socialt ansvarlig virksomhed, der ikke blot ønsker at sælge relativt usunde produkter til forbrugerne, men også interesserer sig for forbrugernes sundhedstilstand.

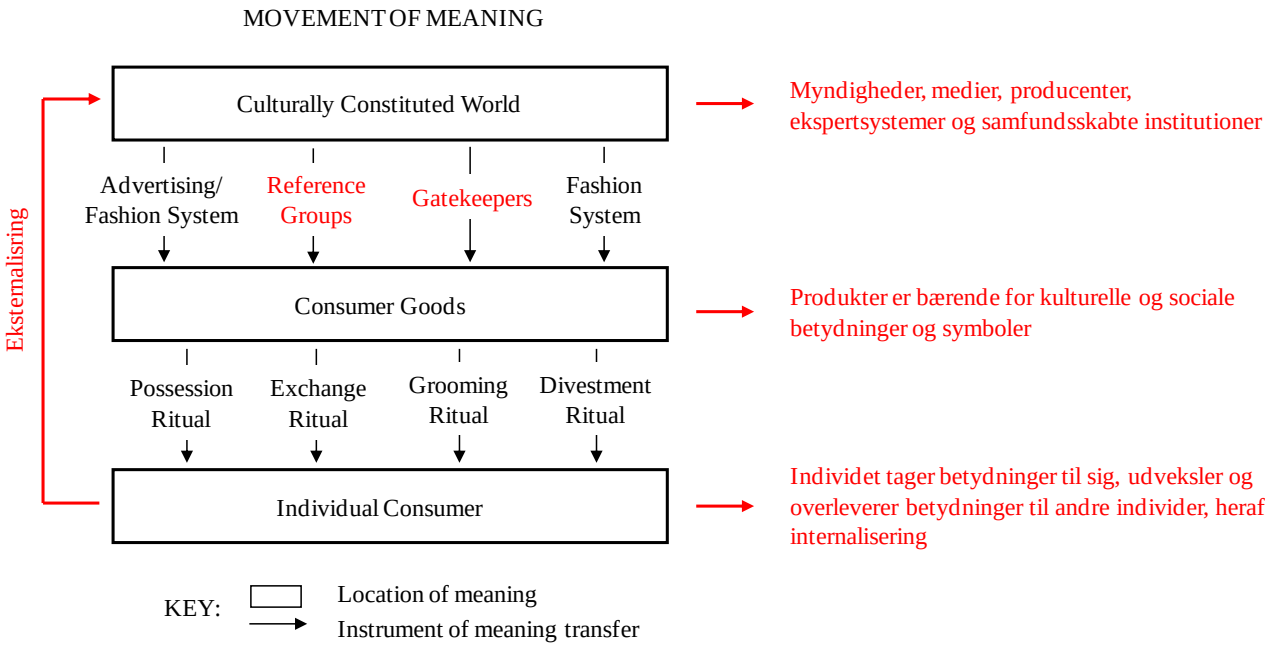
Etablering og overførelse af betydninger

Adskillige informationer om det sunde liv pryder markedet og er medskabende for individers valg af livsstil. Jævnligt iværksætter myndigheder oplysningskampagner, og gennem programmer og reklamer i medierne inspireres forbrugerne til at erhverve nye produkter. Betydninger overføres fra informationskampagner, reklamer og produkter til forbrugere, som en naturlig del af de betydningskonstruktioner, der kontinuerligt bevæger sig mellem samfundet og individet. Berger og Luckmann (1966) redegør i deres videnssociologiske teori *Den samfundsskabte virkelighed* for forholdet mellem individ og samfund, som betinget og gensidigt konstituerende. Inspireret af Durkheim, Weber og Mead analyserer Berger og Luckmann, hvordan viden styrer vores adfærd i hverdagslivet. Et hverdagsliv, der eksisterer som en virkelighed for individer og skaber en

meningsfyldt og sammenhængende verden. Mennesket er grundlæggende et socialt væsen, og vi indgår ofte i relationer til andre mennesker i omverdenen. Hverdagslivets viden og betydningskonstruktioner hviler på et dialektisk forhold mellem mennesket og den sociale verden, der agerer indbyrdes med hinanden. "*Samfundet er et menneskeligt produkt. Samfundet er en objektiv virkelighed. Mennesket er et socialt produkt.*" (Berger og Luckmann, 1966:99). Disse tre udsagn/forhold ved den sociale virkelighed er rodfæstet i begreberne 'objektivering', 'eksternalisering' og 'internalisering', som led i en løbende dialektisk proces. Hvor massiv og uoverskuelig den end må synes, så er den institutionelle verdens objektivitet en menneskelig fremstillet og konstrueret objektivitet, heraf internalisering. Et menneskeskabt produkt, der udøver en tilbagevirkende kraft på dets producent, mennesket via eksternalisering og objektivering. Internalisering opstår gennem socialisering, hvor den sociale dialektik fremstår i sin totalitet, idet den sociale verden og det fælles betydningsunivers overleveres til et nyt individ (Berger og Luckmann, 1966).

Den viden og betydning individer i hverdagen tillægger objekter, fænomener, handlinger og begivenheder er resultatet af samspillet mellem individ og samfund, og kan hverken reduceres til en mental eller social proces. Trods betydningerne kan synes subjektive og henføre til en egen subjektiv verden, så er betydningerne i dette univers ikke specifikke for det enkelte individ, men socialt artikulerede og fælles, da vores subjektive meningsfyldte universer refererer til et fælles betydningsunivers med fælles sprog og symboler (ibid.). I det fælles betydningsunivers etableres kulturelle betydninger og forståelser, der blandt andet gør, at vi finder myndighedernes sundhedskampagner meningsfulde og kan relatere os til de reklamer og produkter, som producenter præsenterer for os.

Betydninger overføres på flere forskellige måder fra den kulturelt indstiftede verden til individer, hvilket blandt andet foregår via sprog, handling og produkter (McCracken, 1986, 1988b). Det er kulturen, der er determinerende for, hvordan vi ser, opfatter og skaber mening i verden. En verden som McCracken, ligesom Berger og Luckmann, erkender som en virkelighed, der skabes og konstitueres af individers overbevisninger og antagelser, hvilket illustreres i McCrackens model *The Movement of Meaning.*



Figur 3.1 The Movement of Meaning[22] (McCracken, 1986:72) (rød skrift er egen tilvirkning)

Gennem reklame- og modesystemet overføres betydninger, ved at koble forbrugernes verdensbillede og forståelsesramme med partikulære informationer/reklamer for produkter. I dette tilfælde er det myndigheder, medier, ekspertsystemer og producenter, der gennem forskellige medier overfører visuelle og verbale betydninger i forhold til fødevarer, livsstil mv., der afkodes af forbrugeren i en iterativ proces, hvor betydninger kontinuerligt reproduceres. Eksternaliseringen sker blandt andet gennem forbrugertrends og individers overbevisninger, følelser, antagelser osv. Der kan naturligvis argumenteres for at overførelsen af betydninger spænder bredere end blot reklame- og modesystemet, hvor især den postmoderne litteratur fremhæver individet som medproducerende og kommunikerende af betydninger (Brown, 1995; Firat og Venkatesh, 1995; Firat og Schultz, 1997). Derfor har jeg i modellen tilført referencegrupper og gatekeepers, som er medkonstituerende for de betydninger, der skabes og overføres til produkter. Betydninger, som produkter besidder, inkluderes i individers liv gennem forskellige ritualer, hvorigennem

[22] Der kan argumenteres for, at modellen burde være en cirkulær proces, hvor de tre instanser 'Culturally Constituted World', 'Consumer Goods' samt 'Individuel Consumer' er gensidigt forbundet og påvirkelige.

konventionelle kulturelle betydninger og symboler adopteres og manipuleres af individet, hvis livsstil produktet tilpasses.

Markedet for sundhed og fødevarer i senmodernismen er et marked for holdninger og overbevisninger, og stedet hvor fragmenterede informationer fra myndigheder, medier, ekspertsystemer og producenter kommer og forsvinder i en let strøm. Adskillige betydninger produceres og reproduceres dagligt og stiller forbrugeren i en situation, der kræver valg og fravalg af produkter i forhold til en given livsstil. Manipulationen af betydning finder i stor udstrækning sted i dagens samfund, da den divergerende og ofte kontrasterende information gør, at forbrugeren søger at minimere risici ved fejlkøb ved selv at tilpasse betydninger og produkter til egen overbevisning.

Opsamling

Sundhed og fødevarer er centrale emner i senmodernismen, og som illustreret i dette kapitel, har senmodernismen åbnet op for en øget fragmentering og dynamik, der stiller forbrugeren overfor en mangfoldighed af livsstilsmuligheder. Samfundets større institutioner og aktører, som myndigheder, medier, ekspertsystemer og producenter påvirker dagligt individer til at træffe fødevaremæssige valg ud fra et bredt spektrum af forskellige overbevisninger.

For at kunne analysere og forstå individers fødevarepraksis i forskellige situationer, er det nødvendigt at have et indblik i de samfundsmæssige betingelser, som sætter rammerne for individers adfærd. Her bør især myndighederne fremhæves, som ihærdigt forsøger at disciplinere individer til at leve efter myndighedernes forskrifter for det sunde liv og tage del i det fælles ansvar, der ligger i at forbedre nationens sundhedstilstand. I opposition til myndighedernes forståelse af et sundt fødevareforbrug er ekspertsystemets mange unge kokke, der repræsenterer den hedonistiske fødevarediskurs og hylder kvalitet og god smag uden hensyntagen til kostsammensætning og kalorieberegninger. I spændet mellem disse to yder positioner eksisterer andre mindre diskurser, der er funderet i forskellige fødevare- og sundhedsoverbevisninger.

Ønsket med dette kapitel er at illustrere, at omend valg kan synes individuelle og uafhængige af omgivelserne, så kan individers livsstile og forbrugsmønstre placeres inden for forskellige diskurser

retninger. De diskursive retninger bliver meningsfyldte i kraft af hverdagens viden og betydningskonstruktioner, der kontinuerligt bevæger sig mellem samfund og individer, og som især myndigheder, medier, ekspertsystemer og producenter er medproducerende af.

Det er essentielt at forstå, at forbrugernes fødevarevalg og praksisser udspringer af senmodernismens samfundsbetingelser, og hvis vi ønsker at forstå og ændre praksis, er vi nødt til at forholde os til den måde, de diskursskabende institutioner producerer og reproducerer betydninger, der er konstituerende for forbrugspraksis. Derfor vil hovedpunkterne fra dette kapitel blive inddraget i kapitel 13, hvor der anlægges en praktisk vinkel på, hvordan myndigheder, medier, ekspertsystemer og producenter kan medvirke til at ændre individers overbevisninger om fødevarer og sundhed i håbet om at etablere sundere fødevarepraksis.

I det kommende kapitel 4 redegøres der for den indvirkning senmodernismen og de diskursskabende institutioner har på de forbrugstendenser, der kendetegner nutidens fødevaremarked.

Kapitel 4

Forbrug i transition

De skiftende samfundsbetingelser, som senmodernismen har ført med sig, har resulteret i nye og bredere anskuelser af forbrug. Der er sket et skift fra en produktionsorienteret forståelse af forbrug, til et fokus på kulturens betydning for forbruget, hvor forbrug af kulturelle symboler og betydninger fremhæves (Brown, 1995; Baudrillard, 1996; Featherstone, 1990). Baudrillards berømte udsagn om, at vi ikke længere forbruger ting, men kun tegn, er udtryk for dette skift, hvor forbrug ikke længere er en materiel praksis, men bunder i et aktivt og systematisk forhold mellem objektet, kulturen og individet. Som Baudrillard udtrykker: "*[...] consumption is the virtual totality of all objects and messages, ready-constituted as a more or less coherent discourse. If it has any meaning at all, consumption means an activity consisting of the systematic manipulation of signs*." (Baudrillard, 1996:200).

Dette kapitel tager afsæt i de senmodernistiske samfundsbetingelser, som beskrevet i kapitel 3, og giver en forståelse for de forbrugstendenser, der præger nutidens fødevaremarked. De senmodernistiske samfundsforhold har blandt andet medført et øgede fokus på selvet og individets valg af livsstil. Forbrug er blevet refleksivt og foretages ud fra adskillige betragtninger, heriblandt individets forhold til kroppen, fødevarer og sundhed. Den fremtrædende interesse for den socialt forankrede krop diskuteres, og i forlængelse heraf præsenteres de forskellige sundhedsoverbevisninger og fødevareperceptioner, som blandt andet udspringer af påvirkninger fra de diskursskabende institutioner, som gennemgået i kapitel 3.

Forbrugstendenser

Forbrug er ikke kun tilfredsstillelse af et behov, men er en altoverskyggende indgang til et dynamisk tegnsystem, der definerer og placerer individet i kulturen. Gennem forbrug manifesteres livsstilen, og derigennem viser vi, hvem vi er. Et forbrug, der i et samfund med en mangfoldighed af valgmuligheder, synes uendeligt. Individers kontinuerlige ønsker og søgen efter objekter, der kan understøtte et givent livsprojekt, gør at der er "*No limits to consumption*" (Baudrillard, 1996:223). Når et ønske er opfyldt opstår et nyt (Campbell, 1987). De endeløse forbrugsmuligheder og lyster giver individet rig mulighed for individuelle valg, hvorved der argumenteres for at individet løsriver sig fra fællesskaber og ikke lader sig påvirke af autoritative reguleringer og sociale standarder og bedømmelser (Warde, 1997).

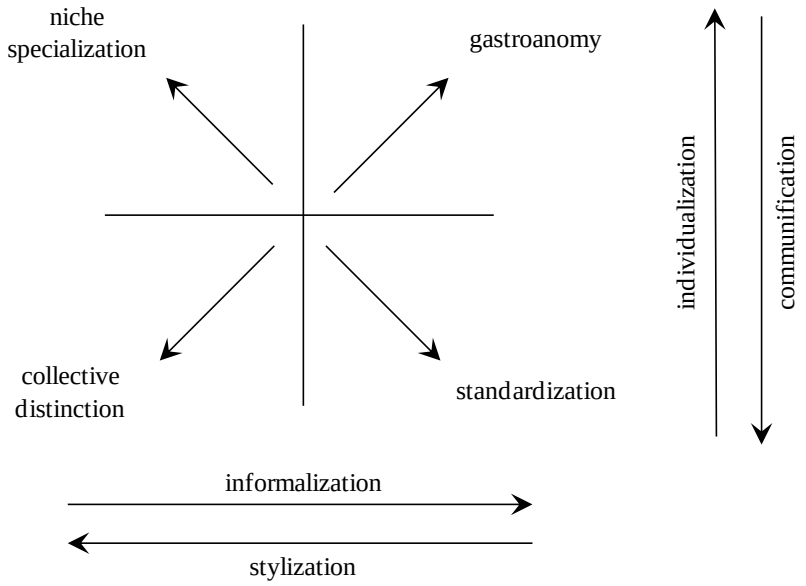
Warde (1997) forsøger i bogen *Consumption, Food & Taste* at kortlægge forskellige forbrugstendenser. Analysen tager udgangspunkt i inspiration fra Durkheims (1970) selvmordsanalyse, hvor fire betragtninger anlægges inden for rammerne af individets handling som egoisme/altruisme og individets ønske om en høj/lav social regulering. Warde mener, at tilsvarende tendenser er at finde i de foranderlige forbrugspraksisser i det moderne samfund, i takt med en større søgen efter individualisme og en mindre vigtighed af fællesskabet og socialklassen, som forklarende for forbruget.

To af tendenserne er *individualization* og *informalization*, hvor *individualization* henviser til individets løsrivelse fra ensformigheden, der karakteriserer forbrug indenfor fællesskaber og klasser, og gennem en frihed af forbrug skaber egen personlighed og selvidentitet løsrevet fra sociale normer og idealer. *Informalization* er et resultat af adfærd, der bryder med de rigide, komfortable og rutineprægende forbrugsmønstre. Den normative orientering om passende adfærd og selvrepræsentation er i denne trend delvist tilsidesat, hvilket gør adfærden fragmenteret og irregulær. Warde anser *individualization* og *informalization* som dominerende trends men erkender tilstedeværelsen af modtrends som i tilfælde, hvor individer ved mangel af social tilknytning og tilhørsforhold kompenserer ved at danne imaginære fællesskaber[23] funderet i nationale, lokale eller etiske grupper. Denne søgen efter social tilknytning kalder Warde *communification*. Den fjerde tendens benævnes *stylization*, og her reintroduceres disciplinen og reguleringen over

[23] Imaginære fællesskaber tager sig ud på mange måder, blandt andet politiske fællesskaber som vis overbevisninger eller ved at holde fast i traditioner giver en følelse af historisk forankring (Warde, 1997:13).

selvrepræsentationen gennem forbrugspraksis, hvilket især udspilles blandt forskellige typer af livsstilsgrupper, der deler fælles smag. Det er grupper, som er mindre end traditionelle klasse-, generations- og religionsgrupper, men har disciplinerede indkøbsvaner og regulerede forbrugsmønstre, der manifesteres i en passende adfærd.

Det er i lyset af disse samfundsmæssige tendenser, at Warde har konstruerede fire teser, som illustreres i figur 4.1. De fire teser er interessante at forholde sig til, fordi de indfanger de forskellige forbrugspraksisser, som præger fødevareadfærden i senmodernismen. Warde redegør for, hvordan disse fødevarepraksisser udspringer og etablerer sig blandt individer. Et område, som Warde mener, store dele af litteraturen har negligeret (ibid.).



Figur 4.1 Forces influencing dispositions in food selection (Warde, 1997:42)

Wardes første tese *gastroanomy* tager afsæt i begrænsningerne i den sociale differentiering, hvor en stigende individuel diversitet har fået fodfæste. Stærkt inspireret af Fischler (1980), der henviser til en moderne krise i mange vestlige samfund, hvor mangfoldigheden i fødevarevalgene har resulteret i frygt, usikkerhed, besættelse og mistænkelighed hos individer. Spændingerne er udtryk for en

overflod af fødevarer og tilsvarende mangel på klare, pålidelige autoritative regler for, hvad der bør spises og ej. Massemediernes indflydelse og ekspertsystemernes divergerende informationer bidrager til en øget kompleksitet på markedet (Giddens, 1991). Når individer mangler substantielle og pålidelige kriterier for at træffe beslutninger, opstår frygt og uvished og valg af fødevarer bliver derfor en smertende opgave. Fischler udtrykker dette ved 'the omnivore's paradox' (Fischler, 1980:946), hvor det fremhæves at udviklingen i samfundet går mod stigende frygt i stedet for regulering. Nye fødevarer bliver en potentiel fare, og alligevel ser individer sig nødsaget til at prøve nye produkter, som led i tilpasningen til markedsforholdene og som en naturlig del af en varieret diæt (Fischler, 1980).

Spisning er blevet en mere individualiseret aktivitet og hverdagens tre måltider spises ikke altid omkring bordet med familien, men erstattes af hurtig mad på vejen og en hverdag med flere snacks. Et skift i fødevarepraksis, som tager maden ud af den sociale kontekst og skaber en utilpasset og normløs tilstand, hvilket repræsenteres i skiftet fra 'gastronomy' til 'gastroanomy'. Individet er blevet atomiseret og handler uforudsigeligt og idiosynkratisk, da individet ikke i samme grad tager del i større familier, lokale fællesskaber og professionelle kredse og derfor ikke er underlagt konsistente og normative regler, der kan virke guidende (ibid.). En kost kakofoni hersker, hvor individet søger tryghed og selvregulering via produkter som light, helseprodukter, økologiske produkter eller vælger at bekende sig til en af de flere sekteriske sundhedsoverbevisninger, som kontinuerligt opstår i markedet.

Den anden tese, der fanger en af nutidens tendenser, betegner Warde som *niche specialization*. Denne tese koncentrerer sig om den stigende accept og tilknytning til et bestemt sæt af værdier og overbevisninger, som blandt andet findes i flere af de mange nye sundhedsforståelser og praksisser, der hersker på markedet. En form for nicheforbrug eller neo-tribalisme, der er kendetegnet ved en stigende differentiering af forskellige livsstile, som et resultat af en øget *individualization* og *stylization* samt en afstandtagen fra masseproduktion. Individer bliver i stand til at værdsætte de oplevede forskelligheder og kontraster, som findes i internationale køkkener og restauranter, nye produktionsmuligheder, nye fødevarer og nye tilberedningsmuligheder. Post-fordismen nævnes i denne sammenhæng, hvor en stigende national indkomst er med til at skifte fokus fra produktion til forbrug, samtidig med adskillige aspekter ved det sociale liv kommodificeres. Det skaber større varietet og differentiering i forbrugernes præferencer og indkøbsmønstre, og som et resultat af

forbrugernes opgør mod at være en del af massen, opstår mindre forbrugersegmenter, der skaber vækst for nye og mere specialiserede produkter i markedet. En ny kulturel pluralisme er opstået, hvor distinkte grupper med distinkte regler, normer og standarder for fødevarer, danner stilistiske entiteter, hvis adfærd og tilstedeværelse opfattes forskelligt blandt dem, der tilhører gruppen og udenforstående. Tilhørsforholdet til sådanne livsstilsgrupper er ofte tidsbegrænset, da det bunder i individets personlige valg og præferencer, som ændres løbende, idet nye tilbud kontinuerligt opstår.

Wardes tredje teser forholder sig til de kræfter i samfundet, der arbejder mod ensformighed og *standardization*. Kræfter, som blandt andet masseforbruget og massekulturen, der etableres via massemediernes dominans i markedet og derigennem udbreder en ensartet smag og præferencestruktur hos individer. En tendens, der også tilskrives den brede middelklasse. Afledt heraf er masseproduktion blevet en del af fødevareindustrien og det populistiske term 'McDonaldization' bruges som metafor for disse standardiserede, rationaliserede og kontrollerede fremstillingsprocesser, der karakteriserer større brands som Kellogg's og Coca Cola samt de mange fastfood- og restaurationskæder. Masseproduktioner er tiltænkt de brede masser i befolkningen og har myndighedernes årvågenhed, idet virksomheder reguleres[24] og begrænses i henhold til de nationale guidelines for sundhed og korrekt ernæring. Det er ernæringsinformationer og retningslinjer, som de otte officielle kostråd, der har til formål at skabe en homogeniseret sund livsførelse på tværs af masserne uden hensyn til individuelle behov. Selvom der ikke synes at være en automatisk og succesfuld manipulering fra fødevareproducenternes side i det enorme og varierede udbud af produkter, så er det plausibelt at argumentere for, at der eksisterer en gennemgående konformitet på kostområdet.

Trods en gennemgående trend gående mod standardisering, så antages de konventionelle stratificerende dimensioner, som eksempelvis nationalitet, klasse, indkomst, uddannelse, køn og alder stadig at influere forbrugsadfærden, hvilket ligger til grund for den fjerde tese *collective distinction*. De strukturelle betingelser for differentiering fremhæves i denne tese. Klassebegrebet kritiseres tit ved entydig brug til forklaring af forbrugers adfærd, men der er enighed om, at klassebegrebet langt fra er irrelevant. Flere forskere inden for fødevareområdet, som eksempelvis Douglas (1999) og Bourdieu (1984), har fundet klassebegrebet anvendeligt, og fremhæver at forbrug af fødevarer og de tilhørende praksisser er stærkt socialt forankret og regulerede

[24] Eksempelvis lovgivning ved brug af tilsætningsstoffer og industrielt hærdet olier som transfedtsyre (TFA) samt moms- og afgiftsregulering på udvalgte produkter (ATV, 2007).

socialklasserne imellem. Mad er ikke kun tilfredsstillelse af sult men også transmittering af sociale betydninger, der afgrænser, begrænser og definerer grupper af individer inden for grupper og imellem grupper (Bourdieu, 1984, Douglas, 1999; Douglas og Isherwood, 1979).

Wardes fire teser *gastroanomy, niche specialization, standardization* og *collective distinction* er karakteristiske forbrugstendenser, hvis eksistensberettigelse kan henføres til senmodernismens samfundsbetingelser. Tendenserne kan anskues som bagvedliggende dispositioner for de fødevarevalg, individet dagligt træffer. Evidens kan findes inden for alle fire samfundstrends, i trit med at nye markedstrends og mekanismer skaber nye betingelser for individets forbrugsadfærd.

Det refleksive forbrug

Et af senmodernismens særlige træk er den stærke gensidige forbindelse mellem de to poler, ekstensionalitet og intensionalitet, med de globale påvirkninger på den ene side og de personlige dispositioner på den anden side. Tidligere i traditionelle kulturer var individets rolle forholdsvis fasttømret og styret af institutionelle processer, men i dag er dyrkning af individuelle potentialer påskønnet. Som Giddens understreger, så er selvet ikke et passivt væsen determineret af påvirkninger udefra, men senmodernismens nye selvidentitetsmekanismer åbner op for kontinuerlig interaktion mellem individets skabning af selvidentitet og modernismens institutioner (Giddens, 1991:10). I en verden med et virvar af tilbud og muligheder opstår også en usikkerhed, og derfor udgør tillid og risiko en særlig betydning i individers hverdag. Usikkerhed og overvejelse af risici skaber grundlag for refleksivitet. En refleksivitet, der som en naturlighed gennemsyrer individets adfærds- og forbrugsmønstre (Giddens, 1990, 1991).

I dialektikken mellem de globale påvirkninger og individet opstår behovet for udforskning og konstruering af selvet. Konstruktionen af selvidentitet er blevet et refleksivt projekt, der forbinder personlig og social forandring, hvor identiteten skabes og formes af sociale processer (ibid.). Vi er ikke, hvad vi er, men hvad vi gør os til (Giddens, 1991:94), og for individet indebærer dette en opbygning af en sammenhængende og udbytterig følelse af identitet, der transmitteres til omverdenen gennem forbrug og praksisser. Kohærensen mellem identitet, praksisser og forbrug er forankret i individets livsstil.

Gabriel og Lang (1995) kategoriserer i deres bog *The Unmanageable Consumer* ni forskellige forbrugertyper, der udspringer af den moderne verden og identificerer her blandt andet forbrugeren som identitetssøgende og omgivet af materielle objekter, der kreerer den ønskede identitet. ”*Western consumption is unique in that identity becomes vitally and self-consciously enmeshed in stories which are read by consumers into innumerable, relatively mundane, mass produced objects which they buy, use and own. These unexceptional objects are not so much carriers of meaning, as carriers of vivid and powerful images, enabling us to choose them consciously from among similar ones, promising to act as the raw material out of which our individual identities may be fashioned*.” (Gabriel og Lang, 1995:89). I Gabriel og Langs postmoderne tilgang til forbrug fremhæves de kraftfulde betydninger, som produkter har iboende. Forbrugets refleksivitet underbygges af individets evige søgen efter produkter, der kan understøtte et givent image/livsstil. De meninger, som objekter tillægges, overføres til individet ved erhvervelse. Objekter forbinder dermed spændet mellem det aktuelle og ideale, hvor mening forskydes i dette spænd for slutteligt at bekræfte individets selvopfattelse (McCracken, 1986; 1988b).

Vi skaber vores selvopfattelse gennem de objekter, som vi omgiver os med, men samtidig bruger vi også objekter til at kommunikere og udvide vores selvopfattelse, så det bliver tydeligt for andre og os selv. Vi definerer os selv gennem de objekter, vi omgiver os med, og dermed integreres selvet og objektet (Belk, 1988; Baudrillard, 1996). Selvom individet ikke kan defineres som et tomt subjekt, så giver forbrug, og de objekter individet tager til sig stadig et indhold, der ved mangel kan synes at skabe en tomhed. Derfor ses også tendenser til, at individet som den identitetssøgende forbruger bliver offer for den evige søgen efter identitet.

De daglige fødevarer, individet omgiver sig med, bidrager til identitetsskabelsen, hvilket Fischler udtrykker således: “*Food is also central to individual identity, in that any given human individual is constructed, biologically, psychologically, and socially by the food he/she chooses to incorporate.*” (Fischler, 1988:275). Fischler pointerer, at forholdet mellem individet og fødevarer er ganske komplekst, da det rummer flerdimensionelle aspekter i fødevarens transmission fra en biologisk/naturlig råvare til et kulturelt produkt, hvilket kan sidestilles med forvandlingen fra ernæringsmæssig værdi til symbolsk værdi. Identitet konstrueres via de fødevarer, som individet vælger at inkorporere med kroppen og heraf det beslægtede udsagn: ‘du er hvad du spiser’. Individer konstruerer sig selv fysisk og symbolsk i kraft af de fødevaremæssige valg, der træffes i et

komplekst marked med utallige muligheder. Fischler (1988) omtaler frygt og risiko ved nutidens forbrug, der ikke kun relaterer sig til at træffe dårlige ernærings- og sundhedsmæssige beslutninger, men også valg, der kan have en negativ effekt på selvidentiteten.

Kroppen – forlængelsen af selvet

Interessen for kroppen er steget i takt med det øgede fokus på fødevarer og sundhed, hvor der som led i samfundsudviklingen er foretaget et skift i syn på kroppen, som fysisk og naturligt system til nu også at indbefatte kroppen, som en socialt forankret krop (Turner, 1984; Falk, 1994; Shilling, 1993). Det ekspliceres i Mary Douglas essays om de to kroppe. ”*The social body constrains the way the physical body is perceived. The physical experience of the body, always modified by the social categories through which it is known, sustains a particular view of society. There is a continual exchange of meanings between the two kinds of bodily experience so that each reinforces the categories of the other. As a result of this interaction the body itself is a highly restricted medium of expression.*” (Douglas, 1970:65).

Kroppen er blevet en del af individets refleksive projekt, da kroppen i dag fungerer som bærer af symbolske værdier og indgår med naturlighed i individets selvidentitetsprojekt. Kroppen er forlængelsen af selvet og en del af et større handlingssystem, hvori kroppen ikke blot indtager en passiv rolle, men dens praktiske inddragelse i hverdagens interaktioner udgør en essentiel del af det at opretholde en sammenhængende fornemmelse af selvidentitet (Giddens, 1991) Denne øgede bevidsthed om kroppen og dens dispositioner er nødvendigt for at kunne tilpasse sig tiden, og dette indebærer også en bevidsthed om, hvordan mad og motion påvirker kroppen.

Selvidentitetsprojektet underbygges af konstruktionen af den perfekte krop i forhold til fysisk form og fremtoning, så kroppen formes på en kulturel specifik måde, som tolkes af kulturens medlemmer. I vestlige kulturer associeres den sunde krop med den slanke veltrænede krop, som opnås ved selvbeherskelse og ved at kroppen underkastes selvkontrollens interne disciplin (Lupton, 1996). Den kropslige disciplin er en iboende del af det kompetente individ, hvor den rutinemæssige kropskontrol er en naturlig del af individets adfærd og det at blive accepteret som kompetent af andre. Derfor påvirkes den kropslige optræden også kraftigt af de miljøer, kroppen placeres i, og individet tilpasser den kropslige fremtræden med de krav, omgivelserne ubevidst stiller. I den

konstante søgen efter den perfekte krop, er der en tendens til, at kroppen anskues som en ufærdig enhed, der hele tiden er i en forandringsproces gående mod idealet. En proces, der kræver konstant opmærksomhed og vedholdenhed, for at bevæge sig i den ønskelige retning, og i denne proces finder det stigende antal selvhjælpsbøger sin brug (Shilling, 1993).

Giddens (1991) kalder dette jagten på specifikke kropsregimer, og påpeger at den fremtrædende dyrkelse af kroppen ikke blot er narcissistiske tendenser, men er udtryk for noget dybereliggende, der aktivt konstruerer og kontrollerer kroppen samt skaber sammenhæng mellem krop og livsstil. Regimer[25] er socialt og kulturelt organiserede og eksisterer i flere henseender heriblandt de to beslægtede regimer, kropsregimet og madregimet. Regimer er former for selvdisciplineringer, der reguleres i forhold til tilfredshed/afsavn, og indebærer en stram kontrol med individets fysiske behov. Da regimer er indlærte praksisser, fungerer de også hurtigt som ubevidste adfærdsvaner, der i en vis udstrækning er personlige, men også struktureret i overensstemmelse med de sociale konventioner, der kontinuerligt formes af og former personlige tilbøjeligheder og dispositioner. Kropsregimet og madregimet sammenkæder individets spisevaner og adfærd med aspekter af kroppens synlige fremtræden og sender signal om personens selvopfattelse.

Livsplanlægningen og livsstilen integreres med kropsregimerne, og vi gøres ansvarlige for den mad, vi spiser, vores sundhed og vores kroppes udformning. Vi er tvunget til at have denne ansvarlighed, hvilket for nogle kan føre til ren besættelse af kroppens fremtræden og slankhed, der i værste tilfælde kan føre til fødevarerelaterede sygdomme som anoreksi og bulimi (ibid.). Perceptionsmæssigt laves der et naturligt link mellem kroppens fremtoning og vægt i forhold til individets sundhedstilstand og forbrug af fødevarer. Fødevarevaner og præferencer er vigtige praksisser i forplejningen af kroppen, hvor der er en tilfredsstillelse i at signalere et indtag af fødevarer, der har en kulturel accept og værdi (Lupton, 1996).

Sundhedsfænomenet i samtiden

Det allestedsnærværende sundhedsfænomen knytter stærkt an til fødevareforbruget og den stigende kropsfiksering, men skal først og fremmest forstås som et produkt af en specifik kultur. Warde

[25] Regimer adskiller sig fra almindelige rutiner. I regimet handler det om at 'holde sig i gang' og have en kontinuerlig kontrol med kroppen. Regimer er indlærte, og ofte ubevidste, praksisser (Giddens, 1991:79).

(1997) har i bogen *Consumption, Food & Taste*, analyseret sundhedsbegrebets transformering fra 1960'erne til starten af 1990'erne ved at se på udviklingen i printreklamer i magasiner. I 1960'erne var opmærksomheden på sundhed, som resultat af kostens funktionelle egenskab, begrænset, men det ændrede sig i tiden derefter, hvor interessen for sundhed eskalerede. I takt med myndighedernes sundhedsoplysninger om korrekt kost, blev der skabt fokus på light, kaloriereduceret mad og kroppens fysiske præsentation kom i højsæde. Den sociale gennemgribende interesse for sundhed kunne især spores blandt middelklassens kvinder med en højere uddannelse. Myndighedernes forskrifter for det sunde liv var banebrydende i sundhedsbevidsthedens etablering, men det var også myndighedernes manglende kontrol og håndtering af fødevareskandaler, som blandt andet forekomsten af salmonella i kyllinger og æg, der grundlagde den stigende skepsis og mistro, som i dag er vedhæftet sundhedsbegrebet (ibid.).

"*As the world takes on a more and more menacing appearance, life becomes a never-ending search for health and well-being through exercise, dieting, drugs, spiritual regimes of various kinds, psychic self-help, and psychiatry. For those who have withdrawn interest from the outside world except in so far as it remains a source of gratification and frustration, the state of their own health becomes an all-absorbing concern.*" (Lasch, 1977:140). Som Lasch giver udtryk for, så er sundhed i dag allestedsnærværende. En tilstand som en person befinder sig i på et givent tidspunkt – og derfor en dynamisk omskiftelig tilstand, der kan gradbøjes (Crawford, 1984, 1987). Sundhed er ikke givet, men er en procesorienteret tilstand, der kontinuerligt undergår personlig og social evaluering.

"*Talking about health is a way people give expressions to our culture's notion of well-being or quality of life. Health is a "key word", a generative concept, a value attached to or suggestive of other cardinal values. "Health" provides a means for personal and social evaluation.*" (Crawford, 1984:62). Crawford argumenterer for, at sundhed er en metafor, en moralsk diskurs, en mulighed for at udtrykke og bekræfte delte værdier og dermed et vigtigt kulturelt område, hvor det sociale selv konstrueres (Crawford, 1987:103). Sundhedsbegrebet er multifacetteret, og der skelnes blandt andet mellem en fysisk sundhed og endnu vigtigere en emotionel/mental sundhed, der i sidste ende påvirker den fysiske sundhedstilstand. Forbrugerne navigerer i spændet mellem kontrol og frigørelse, som ikke nødvendigvis er inkompatible, da en person kan have opmærksomhed på begge aspekter og søge en sund balance mellem dem. Kontrol henviser til selvdisciplin, selvbegrænsning, selvfornægtelse og viljestyrke i forhold til forskrifterne for det sunde liv, mens frigørelse er friheden

uden begrænsninger til at kunne give sig hen til nydelse og tilfredsstillelse, der især relaterer sig til det fødevaremæssige aspekt (Crawford, 1984, 1987).

Flere forskere har søgt en forståelse af, hvordan mening etableres i et kakofonisk marked, og har undersøgt forbrugeres tilgange til sundhed (Crawford, 1984; Luomala et al., 2006; Thompson og Troester, 2002). Thompson og Troester (2002) har analyseret og kategoriseret forbrugeres idiosynkratiske tilgang til sundhed ved at tage udgangspunkt i forbrugeres narrativer og søge en forståelse af, hvordan forskellige forbrugskulturer etableres ud fra de meningsbaserede sammenhænge, der forbinder forbrugeres livsværdier med forbrugspraksis. Thompson og Troester koncentrerer sig om den alternative sundhedsverden og har fundet fire typer af kategorier eller sundhedsrationaler, som forbrugerne bekender sig til i hverdagen, *Den harmoniske balance, Relationsskabelse, Bevidsthed og Fleksibilitet*. Luomala med flere (2006) har arbejdet videre med Thompson og Troesters (2002) sundhedsrationer og bredt kategorierne ud til at omfatte det generelle sundhedsmarked, hvoraf en mere fyldestgørende forståelse af de fire grupperinger er opstået.

Kategorien, *Den harmoniske balance*, indbefatter en hensyntagen til en overordnet subjektiv skabt balance i livet, hvor stress, hektisk livsførelse, usunde fødevarer, personlige problemer samt sygdomme og sundhedsproblemer skaber disharmoni og søges elimineret eller minimeret. Denne kategori er stærkest repræsenteret blandt forbrugere, der prioriterer balance mellem krop og sind, balance i indtaget af sunde og usunde fødevarer, samt at være i balance med naturen (i stedet for at kontrollere naturen som for eksempel ved genmanipulation).

Relationsskabelse har fokus på etableringen af sociale relationer, der både i kraft af selve relationen fremmer livskvaliteten, men også qua de sociale relationer, hvor individet får tilført ny sundhedsfaglig viden, som kan bruges specifikt i forbedringen af individets sundhedstilstand. Individer er sociale væsner, og en afskæring fra socialt liv har negativ indflydelse på sundheden. I relationsskabelsen eksisterer også evnen til at relatere livsførelsen og fødevaremæssige valg til den positive eller negative indvirkning på sundheden.

Bevidsthed henføres til den mere kritiske eller årvågne forbruger, der ikke passivt accepterer status quo og den konventionelle viden, der etableres af myndighederne. Individer i denne kategori søger

bevidsthed og stillingtagen til fødevarers konkrete indhold, oprindelse, tilblivelse, og denne overbevisning vil givetvis være stærkt repræsenteret blandt de politiske og kritiske forbrugere, der er informationssøgende og med mange holdninger.

Fleksibilitet indebærer et fornuftigt og naturligt kompromis mellem sundhedsidealet og hverdagens praktik præget af samfundets hurtige tempo og bekvemmelighed, hvori individet tilpasser sine tidsmæssige og finansielle ressourcer i en pragmatisk tilgang til sundhed. Tilhængere af dette rationale vil sandsynligvis ikke bekende sig til radikale overbevisninger, som mange af de anerkendte sundhedsguruer repræsenterer.

Forbrugernes fødevareperceptioner

Hvad der er acceptabelt at spise, og hvad vi finder appetitligt, er opstået gennem den civilisationsproces, der har udvidet det menneskelige syn på fødevarer til ikke blot at tilfredsstille et basalt behov for ernæring, men at udgøre en kulinarisk oplevelse underlagt sociale konventioner. I nutidens samfund er der overflod af varierede og lettilgængelige fødevarer, og til stadighed introduceres nye produkter på markedet, der konfronterer forbrugere med nye valgmuligheder, der skal koordineres i henhold til den valgte livsstil. En livsstil, der præges af det kontinuerlige og fragmenterede informationsflow fra myndighederne, medier, ekspertsystemer og producenter, som bidrager til kompleksiteten og stiller forbrugere over for valg, de i bund og grund ikke er klædt på til at træffe (Rozin, 2005). Konsekvensen er, at der eksisterer en mangfoldighed af overbevisninger om fødevarer og sundhed, som forbrugerne skal forhold sig til. Som små firkantede brikker i et puslespil, der kan sammensættes på flere måder og skabe billeder gående fra det let genkendelige til det mere fremmedartede. Disse varierende billeder er glimrende udtryk for den kakofoni af informationer om fødevarer, som forbrugeren dagligt præsenteres for. De forskelligartede billeder er ikke fastetablerede stilbilleder, men derimod dynamiske billeder, der påvirkes og ændres gennem tiden i takt med diskursers produktion og reproduktion.

De samfundsmæssige diskurser og praksisser, der er etableret i kulturen, er determinerende for de konceptuelle kategorier, forbrugerne skaber. Falk (1996) og Lupton (1996) har analyseret individers forbrugsmotiver i relation til fødevarer, sundhed og vitaminer og har i den forbindelse fundet fire

overordnede temaer, der er gennemgående for forbrugeres opfattelse af fødevarer, *Mad som benzin, Mad som medicin, Mad som gift og Mad som nydelse.*

Mad som benzin indebærer, at maden er et nødvendigt middel til målet om at have det godt, hvilket hovedsageligt opnås gennem en sund og rask krop. Uden brændstof virker kroppen ikke optimalt (Falk, 1996). Forbrugere, der bekender sig til denne overbevisning, opfatter kroppen som en motor, hvor benzinen (maden) fyldes på og bruges i løbet af dagen, uden de store overvejelser om kostsammensætning og madens forskellige sundhedsmæssige egenskaber. Denne rationelle betragtning af fødevarer er i opposition til de hedonistiske tendenser, hvor mad sidestilles med fornøjelse og ikke blot en ressource til overlevelse (Lupton, 1996).

Mad som medicin paralleliseres med opfattelsen af, at fødevarer har et beskyttende og præventivt formål. Dette synspunkt alluderer i bund og grund til en negativ perception af fødevarernes betydning, hvilket er kendetegn for en tid, hvor individets sundhedstilstand og velbefindende generelt er truet (Falk, 1996; Lupton, 1996). Forståelsen af fødevarer i forhold til en præventiv og beskyttende effekt er givetvis opstået i takt med de mange sundhedsorienterede tiltag fra myndighederne side, hvor der tydeligt henvises til de risici, der er forbundet med ikke at leve efter de officielle otte kostråd. Eksempelvis er følgende skrevet på en offentlig hjemmeside: ”*Lever du efter kostrådene, vil kroppen få dækket behovet for vitaminer, mineraler og andre vigtige næringsstoffer. Du nedsætter risikoen for livsstils-sygdomme som hjertekarsygdomme, type 2 diabetes og kræft og forebygger, at du tager på i vægt.*” (www.altomkost.dk/Viden_om/De_8_kostraad/forside.htm). Her sidestilles fødevarer med en medicinsk effekt, der forebygger mulige fremtidige sygdomme.

Mad som gift er meget i trit med principperne fra den medicinske opfattelse af fødevarer, men omvendt proportionalt, idet forbrugerne i dette rationale anskuer kroppen som et rent og selvrensende system, hvori indtagelse af usunde og ofte nydelsesrige fødevarer forgifter kroppen (Falk, 1996). Individer, som bekender sig til denne forståelse af fødevarer, vil øjensynligt også være åbne overfor de mange nye detox-programmer, udrensningskurer og syre-base koncepter, der har til formål at sikre et ‘rent’ legeme.

Mad som nydelse medfører, at individet handler emotionelt og hengiver sig til hedonismen uden en klar regulerende balance eller grundregel om harmoni, der tilpasser individets adfærd til sundhedsrigtige og anbefalede proportioner (Falk, 1996). Sundhed sidestilles med nydelse og det gode liv, som er både et middel til målet, men også målet i sig selv, idet livsprojektet struktureres om en sundhedsorienteret vinkel, hvor opskriften på det sunde liv står i hedonismens tegn. Sundhed = nydelse. Dette rationale udleves eksempelvis af de tidligere nævnte kokke, Claus Meyer, Nikolaj Kirk og Morten Heiberg, der er toneangivende indenfor den hedonistiske levevis.

Rationelle forbrugere?

Det er tydeligt, at sundhedsfænomenet og fødevareperceptioner tager sig forskelligt ud blandt individer, og det derfor ikke er muligt at anskue forbrugerne ud fra en endimensionel betragtning. Langt størstedelen af de faktuelle informationskampagner, som iværksættes af myndighederne og de større sundhedsorganisationer, henvender sig til forbrugerne ud fra en endimensionel betragtning om, at forbrugere er rationelle, tænkende mennesker, der har en klar og ensartede opfattelse af, hvad der er sundt og usundt. Og endvidere påtager sig et ansvar ved at forstå, hvilke konsekvenser valg af 'rigtige' og 'forkerte' fødevarer har. "*Oplysningskampagner sigter mod at få forbrugerne til at handle rationelt og gennemskue konsekvenserne af deres handlinger. Oplysning er imidlertid ikke nok til at gøre en ureguleret markedsøkonomi ideel. Individerne skal også, ifølge konceptet, selv "betale" alle konsekvenserne af deres handlinger.*" (ATV, 2007:57).

Denne forbrugerforståelse udspringer af den kognitive psykologi, hvor forbrugeren sidestilles forbrugeren med en computer, der på rationel vis indsamler informationer til et niveau, der er tilstrækkeligt for at kunne forstå og kontrollere en kompleks situation (Østergaard og Jantzen, 2000; Thomsen, 2007). Mange sundhedskampagner bygger implicit eller eksplicit på denne forbrugerforståelse, hvor det forudsættes, at alle forbrugere har lige tilgængelighed til informationer, som de indsamler og vurderer, inden der træffes en beslutning. Træffes der et mindre sundhedsrigtigt valg, må det skyldes, at der ikke var tilstrækkelige informationer eller en mangel på evne eller mulighed for at træffe valget af ernæringsrigtige fødevarer. Valg af usunde fødevarer reduceres til et informationsproblem, og nye informationskampagner lanceres som resultat heraf. Nydelsesperspektivet har ikke sin berettigelse i denne meget begrænsede forståelse af forbrugeren.

Hvad individer oplever som rationelt og meningsfyldt, er imidlertid ikke objektivt givet, men en subjektiv vurdering, der tilfalder det enkelte individ. For individer der prioriterer det nydelsesmæssige aspekt af fødevarer, vil det givetvis være yderst rationelt og meningsfyldt at nyde chokolade og kager flere gange om ugen. Denne adfærd vil være irrationel for individer, der anskuer fødevarer som havende en medicinsk effekt, og dagligt lever efter denne overbevisning. Det der opleves som rationelt for én forbruger, er ikke nødvendigvis rationelt for andre forbrugere. Men for den enkelte forbruger giver det mening at købe og spise de valgte fødevarer, og deri ligger rationaliteten for forbrugeren. Det fornuftige, det rationelle og det der giver mening, afhænger af forbrugerens valgt af livsstil.

Opsamling

Senmodernismens mangfoldige muligheder har resulteret i fragmenterede forbrugstendenser gående fra de socialt differentierede og specialiserede tendenser til behovet for ensartede og masseproducerede løsninger. Et af de karakteristiske træk ved nutidens samfund er en bredere anskuelse af forbrug, som inkorporerer sociale og kulturelle forbrugsaspekter, der især manifesteres gennem individets valg af livsstil. Forbruget er blevet langt mere refleksivt, og gennem forbrug og forbrugspraksis kreeres den identitet, der kommunikeres til omgivelserne. Sammenhængskraften mellem individets identitet, forbrug og praksisser er individets livsstil.

I dette kapitel har været væsentligt at synliggøre det tætte samspil mellem det allestedsnærværende sundhedsfænomen og de mange fødevareperceptioner, som individer bekender sig til og dagligt søger at efterleve. Disse sundheds- og fødevareoverbevisninger forankres i individets livsstil og udtrykkes ikke kun gennem forbrug, men også gennem den socialt forankrede krop, der i dag fungerer som bærer af symboler og betydninger. De mange informationer og valgmuligheder, som individer dagligt konfronteres med, har medført en større brede i de forskellige diskurser/overbevisninger, som findes acceptable at leve efter. Tilgangen til sundhed og fødevarer er forskellig individer imellem, og det essentielle er, at det ikke giver mening at anskue forbrugerne ud fra en endimensionel betragtning. Der eksisterer blandt forbrugerne ikke en klar og entydig kategorisering af sunde og usunde fødevarer, og hvad der er meningsfuldt og rationelt for nogle forbrugere at spise, opleves som irrationelt for andre forbrugere.

Dette betyder også, at divergerende fødevarepraksisser produceres og reproduceres blandt forskellige grupper af individer afhængig af individers sundheds- og fødevareoverbevisninger. Denne forståelse er nødvendig at have, når vi i den empiriske analyse i kapitel 11 og 12 analyserer individers praksisser. I disse analyser bliver det tydeligt, hvordan praksis tager sig forskelligt ud som resultat af individers forskellige overbevisninger.

Det hedonistiske aspekt af fødevareforbruget, som har større eller mindre berettigelse i de mange fødevare- og sundhedsoverbevisninger, diskuteres i det kommende kapitel 5. Individer konfronteres dagligt med fødevaremæssige valg, der ligger i spændingsfeltet mellem nydelse/den gode smag og sundhed.

Kapitel 5

Det hedonistiske forbrug

Behov, smag og nydelse er centrale emner i forståelsen af individers forhold til fødevarer i den moderne fødevarekultur, hvor især smag og nydelse synes at være uadskillelige (Gronow, 1991). Nydelse udspringer af den gode smag og associeres med den emotionelle del af fødevareforbruget, som i dag spiller en stor rolle i vestlige samfund, hvor stigende velstand for længst har resulteret i, at det fysiske og basale behov for tilfredsstillelse af sult har fundet sted. Forbrugere i dag spiser ikke kun for at tilfredsstille sult, men for et utal af andre kulturelle grunde, som den sensuelle fornøjelse, status, socialisering og den emotionelle betydning ved fødevarerne, hvor et væsentligt træk ved nutidens fødevareforbrug er behovet for nydelse og nye oplevelser (Lupton, 1996). Som et resultat af forbrugernes higen efter nye oplevelser, er der i det sidste årti lanceret et stigende antal nye fødevaretyper og varianter, som giver forbrugerne øgede valgmuligheder og en mangfoldighed, der i sidste ende forhåbentlig stimulerer forbrugerne og giver dem den søgte oplevelse (Holbrook og Hirschman, 1982; Gabriel og Lang, 1995).

Dette kapitel er koncentreret om det hedonistiske aspekt af fødevareforbruget. Senmodernismen har medført en øget interesse for nydelse og gode oplevelser, og en nyere hedonistisk diskurs er opstået i opposition til myndighedernes mere stringente forskrifter for det sunde liv. I dette kapitel diskuteres forskellige perspektiver på hedonisme, samt hvorledes hedonisme/nydelse, i kraft af den gode smag, konstrueres som socialt og kulturelt fænomen. Konstruktionen heraf definerer rammerne for individets adfærd og praksisser, hvor individer i spændet mellem sundhed og nydelse

på forskellig vis finder behov for at legitimere valg af bestemte fødevarer. Der redegøres i dette kapitel for hedonismens indflydelse på fødevareforbruget, og for hvordan forskellige situationer og adfærd legitimerer nydelse. Hensigten er at skabe en forståelse for den betydning, hedonismen har i individers hverdag, og hvordan de socialt etablerede mekanismer, som individet er underlagt, har afgørende betydning for adfærd og forbrug.

Traditionel og moderne hedonisme

"*Consumers do not just choose what is best but what makes them feel good. Consumers choice appears strategic in that it is aimed at enhancing the hedonic experience of subsequent consumption.*" (Wertenbroch, 2002:105). I de tidligere kapitler blev det tydeligt, at i takt med et massivt fokus på ernæringsrigtige fødevarer og det sunde liv, er en modtrend blomstret op, der hylder friheden til at gøre, som man lyster, og opfylde behovet for fornøjelse og nydelse. Men prioritering af nydelse er ikke et nyt fænomen. Wardes (1997) tidligere beskrevne analyse af magasiner i årrækken 1960 til start 1990 viser, at i samme periode hvor sundhedsbevidstheden eskalerede steg interessen for de uimodståelige fristelser af nydelse. Som en modreaktion på det sunde liv blev hedonismen manifesteret med en afstandtagen til selvbegrænsning og selvdisciplinering, der er behæftet en sund livsførelse. Som Warde udtrykker. "*Particularly in the realm of consumption we are inclined to think that we have almost a right "to pleasure ourselves". The hedonic elements of consumer culture are much commented upon, and the appropriateness of considering first what might give one pleasure lies at the centre of the syndrome of narcissism in terms of which social theorists have often sought to characterize the current epoch. To please oneself implies being less prepared to follow established rules or conventions when they seem to run counter to personal gratification.*" (Warde, 1997:95).

Den emotionelle del af forbrug synes at være vital for nutidens forbrugere, da fornøjelse og nydelse bidrager til etableringen af det 'gode liv', som individet på alle måder søger (Gabriel og Lang, 1995). Gabriel og Lang karakteriserer i bogen *The Unmanageable Consumer* forskellige forbrugstyper, som alle er produkter af senmodernismen, og nævner her den hedonistiske forbruger, der søger nydelse og fornøjelse i alle aspekter af forbrug. "*Enjoying life means consuming for pleasure, not consuming for survival or for need.*" (Gabriel og Lang, 1995:100).

Campbell (1987) identificerer en udvikling fra den traditionelle hedonisme til en ny form for moderne hedonisme, som udspringer af nutidens kultur og forbrug med uendelige ønsker og behov, der aldrig helt tilfredsstilles. Ifølge Campbell er nydelse grundlæggende subjektiv og har individet som centralt element i både det traditionelle og moderne perspektiv på hedonisme, men Campbell fremhæver også den subjektive nydelse, der etableres i kraft af den sociale konstruktion og forståelse af nydelse. For den traditionelle hedonist er nydelse søgen efter en sanselig stimulus, der kan udløse en nydelsesmæssig oplevelse. Stimulering af sanser som smag, lugt, syn, hørelse og berøring er en essentiel forudsætning for oplevelsen af nydelse, da sansepåvirkninger udløser nydelsen. For Campbell bygger individets basale behov på et andet motivationsmæssigt princip. Principperne kan dog forenes, hvilket eksempelvis gør sig gældende for måltidet, der tilfredsstiller sult og ofte ønsket om nydelse. Luksus og materiel rigdom sidestilles med hedonisme for den traditionelle hedonist, hvorimod den moderne hedonist ikke udelukkende finder nydelse i de sanselige påvirkninger og materielle objekter, men derimod i de emotioner, der knytter an til alle typer af oplevelser.

I moderne hedonisme søges og konstrueres nydelse med udgangspunkt i forskellige emotionelle stimuli associeret ved flere utallige oplevelser. Nydelsen maksimeres ved brug af fantasien. Fantasien kreeres og tages ikke for givet, som i det traditionelle hedonistiske perspektiv, og udgør derfor en central nøgle i den kontinuerlige konstruktion af nydelse. ”*Unlike traditional hedonism, however, this is not gained solely, or even primarily, through the manipulation of objects and events in the world, but through a degree of control over their meaning. In addition, the modern hedonist possesses the very special power to conjure up stimuli in absence of any externally generated sensations. This control is achieved through the power of imagination, and provides infinitely greater possibilities for the maximization of pleasurable experiences than was available under traditional, realistic hedonism to even the most powerful of potentates. This derives not merely from the fact that there are virtually no restrictions upon the faculty of imagination, but also from the fact that it is completely within the hedonist's own control. It is this highly rationalized form of self-illusory hedonism which characterizes modern pleasure-seeking.*” (Campbell, 1987:76).

Den moderne hedonist er drevet af følelsesmæssige oplevelser – positive som negative, hvilket også inkluderer dagdrømme og fantasier. Da negative emotioner som sorg og frygt ofte fremkalder

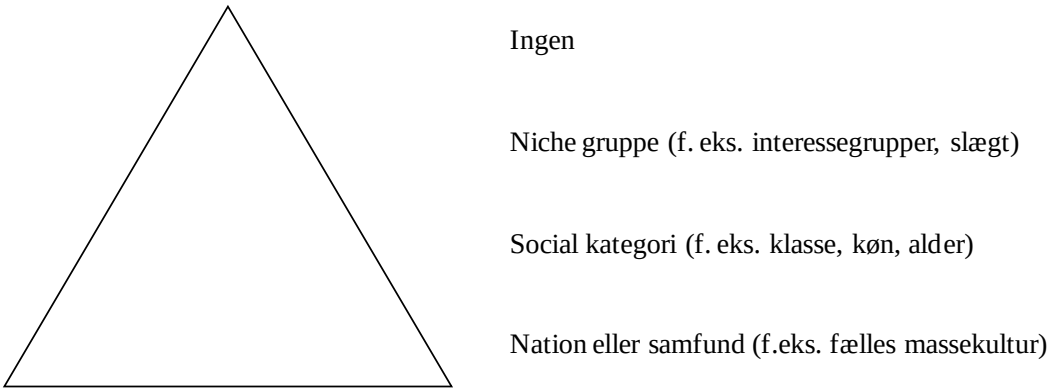
stærke følelser medregnes disse emotioner som nydelsesmæssigt potentiale. Spørgsmålet er ikke hvilke emotioner, der fremkalder nydelse, men de omstændigheder som skal være til stede førend emotionen kan lede til nydelse (ibid.). Selvkontrol og selvdisciplin der indebærer evnen til at regulere hedonisme anses som en nødvendighed, så emotionerne ikke får fuldt råderum, men begrænses kontrolleret. ”*Modern hedonism presents all individuals with the possibility of being their own despot, exercising total control over the stimuli they experience, and hence the pleasure they receive.*” (Campbell, 1987:76).

Moderne hedonisme og den gode smag

Hedonismen udgør en vigtig del af den moderne forbrugskultur, hvor nydelse er konstrueret med stærk forbindelse til den gode smag, der er behæftet ved indtagelse af bestemte fødevarer. Sassatelli (2001) påpeger, at den sociale konstruktion af hedonisme kan anskues som strukturerede systemer af praksisser, og inden for disse defineres spillerummet for individet, som en social regulering af passende og upassende adfærd. Reguleringen tager blandt andet sit afsæt i den socialt etablerede smag, som kan være det styrende element i forhold til de fødevarer, forbrugeren køber. En samfundsskabt smag refererer til en fællesskabsdannet instans, hvor god smag også er lig med den rigtige etikette. Hvad der er smagfuldt, stilfuldt og mere vigtigt, hvad der er passende i en given kontekst, kan henføres til mangfoldige forbrugssituationer og goder – heriblandt forbrug af fødevarer. Når samtidens smagsidealer giver mulighed for, at individet kan udtrykke noget særligt gennem et refleksivt forbrug, så er denne særlighed samtidig med til at skabe fælles socialitet i samtiden (Raffnsøe og Olesen, 2005).

Centralt for smagsdannelsen er, at konstitueringen og smagsniveauets tilblivelse etableres og udvikles i fællesskabet. Den sociale sammenhængskraft definerer og redefinerer smag, mens individet samtidig besidder dømmekraften som en evne, der gør individer i stand til at reflektere og dømme på baggrund af erfaringer grundlagt i den fælles socialitet (ibid.). På den måde kontrollerer individet hedonismen inden for rammerne, der udledes af den sociale regulering af forbruget. Det sker gennem implicitte rutiner og institutionaliserede skikke og praksisser, hvor læring foregår via kulturelle transmissioner til formaliserede regler, som eksempelvis implementeres gennem myndighedernes sundhedspolitik (Sassatelli, 2001).

Smagens dannelse og manifestering opstår i fællesskabet mellem individer, men da smag ikke er entydigt klassificeret for alle individer, må det formodes, at forskellige konstellationer af individer deler divergerende smagsforståelser. Wardes (1997) fællesskabsdefinition tydeliggøres i en triangulær figur, hvor hensigten er at forstå, hvordan smagsbegrebet tager sig ud på tværs af sociale konstellationer. Med hvem deler individet sin smag? Og hvor defineres og redefineres den gode smag? Det moderne samfund har medført en kompleksitet, der gør, at smag kan vurderes i spændet mellem en individuel præference og et produkt af massesamfundet, hvor alle deler samme smag.



Figur 5.1 Shared tastes (Warde, 1997:20)

I hierarkiets top er den individuelle smag unik, og kun forståelig for individet selv, hvor nydelse, som afledt af en given smag, også opleves individuelt. Såfremt dette perspektiv anlægges, vil individer ikke være i stand til at forstå de betydninger fødevarer tillægges, og den nydelsesmæssige oplevelse af en god middag vil tage sig meget forskelligt ud. Dele af Campbells (1987) traditionelle perspektiv på nydelse kan sidestilles med dette idiosynkratiske perspektiv på hedonisme, da nydelse opstår gennem individets sanselige stimuli uden reference til den sociale forståelse af nydelse.

Nichegruppeniveauet i figuren er relevant, da nydelse tit opstår i forbindelse med den mad, der indtages med venner og familie. Traditionelle familiemiddage ved højtider indeholder ofte madretter funderet i gamle familieopskrifter, og er kendetegnet ved kun at eksistere indenfor familien eller slægten. I de nederste lag i hierarkiet udbredes smagsbegrebet til fællesskabet blandt

andet som resultat af massemediernes dominans i samfundet, der spiller en central rolle i produktionen og reproduktionen af den sociale konstruktion af smag og nydelse.

Et særligt bidrag i diskussionen af smag kommer fra den franske sociolog Bourdieu, som beskæftiger sig med smag som sociokulturelt styrende aspekt for menneskers adfærd, med særlig fokus på den gode og legitime smag. I relation til Wardes (1997) niveauer i figur 5.1 anskuer Bourdieu (1984) smagsbegrebet som sociodemografisk determineret, dvs. vi befinder os på det socialkategoriske niveau, idet Bourdieu fremhæver, at individets tilhørsforhold til en given socialklasse er afgørende for individets, og socialgruppens fælles, smagsforståelse og oplevelse. ”*Taste is the basis of all that one has – people and things – and all that one is for the others, whereby one classifies oneself and is classified by others.”* (Bourdieu, 1984:56). Bourdieu erkender, at hedonisme ligger i den emotionelle oplevelse og ikke så meget i den fysiske sensation, som Campbell (1987) påpeger i sit traditionelle perspektiv på hedonisme.

For Bourdieu (1984) henviser smag ikke udelukkende til fænomener/produkter, heriblandt fødevarer, der bedømmes smagsmæssigt. Smag henviser også til anvendelsen af et specifikt fænomen/produkt, hvorfor både indkøb, tilberedning og servering af mad afspejler individets smag. I Bourdieus sociale forståelse af smag indbefatter smagsbegrebet både den fysiske smagsoplevelse, hvoraf nydelse afledes, og den stilmæssige og æstetiske smag, der differentierer og grupperer fødevarer relativt. Bourdieu refererer til smag, som en social accepteret komponent, der definerer, hvad nydelsesrig mad er, og mere vigtigt, hvad det ikke er. Smag er socialt defineret og henviser til de kontinuerlige kampe mellem de sociale klasser i samfundet, så klasserne differentierer sig fra hinanden via smag.

Bourdieus analyse viser blandt andet at adfærd ved bordet, forholdet mellem krop og mad samt tydeliggørelse af nydelse og fornøjelse er blandt de områder, hvor der er stor forskel socialgrupperne imellem. Arbejderklassen er mindre engageret i at bevare den slanke krop og giver sig derfor ofte hen til den åbenlyse selskabelige nydelse, hvor den gode her og nu følelse prioriteres på bekostningen af fremtidige konsekvenser (ibid.). Dog har de hedonistiske tilbøjeligheder vundet større indpas hos den nye middelklasse. ’The new bourgeois’ betragtes som den nye middelklasse og repræsenterer alt det moderne i det moderne samfund. Denne gruppe ser nydelse som en pligt, hvor der ikke i samme udstrækning er behov for retfærdiggørelse, da adfærden ikke er begrænset af

traditionelle moralske skrupler, ”*[…] the new ethical avant-garde urges a moralty of pleasure as a duty.*” (Bourdieu, 1984:367). Det hedonistiske forbrug er et af de mest fremtrædende træk ved den nye middelklasse. Af den nyrige middelklasse udspringer også gruppen kaldet for ’yuppies’, der primært består af individer fra reklame-, marketing-, medie- og konsulentbranchen, samt individer indenfor andre kreative og kunstneriske fag. ’Yuppierne’ bidrager til den sociale valorisering i form af høj intellektuel viden, symbolsk forbrug og kulturel kapital (Bourdieu, 1984). Med en livsstil baseret på overvejende hedonisme søger den nyrige middelklasse at distancere sig fra sociale konkurrenter (primært andre grupper i middelklassen) og udfordrer overklassen og den dertilhørende legitime smag.

Bourdieu (1984) og Warde (1997) anser hedonismen som socialt skabt, hvorimod Campbells (1987) forståelse af den moderne hedonisme er individuel betinget, da individet selv finder nydelse og fornøjelse uafhængig af klasse eller gruppemedlemsskab. Bourdieu tager afstand fra Campbells forståelse og opdeler samfundet i et smagshierarki med tre smagszoner, legitim smag, mellem smag og folkelig smag, hvor nogle former for smag/positioneringer er mere legitime og anerkendte end andre. Mennesker har ikke blot en vilje til at efterligne bestemte grupper, men også en vilje til at adskille sig fra bestemte grupper i samfundet. Indkøb af bestemte fødevarer, besøg på bestemte restauranter, måden at spise på, hvordan der holdes på kniv og gaffel samt tilberedning og servering af bestemte fødevarer er adskillende akter, hvorved individet ikke kun tilstræber en bestemt position, men også forsøger at adskille sig fra andre. Disse positioneringer skal ikke forstås som umiddelbare bevidste, idet der ligger noget dybere end bevidste grupperinger, som den inkorporerede forståelse af, hvordan individet gebærder sig.

Hedonismens berettigelse

Individers adfærd og valg af fødevarer opfattes ofte som et privat anliggende, en individuel og frivillig beslutning, hvor individer uafhængigt er i stand til at vurdere og diskriminere mellem gode og dårlige forbrugspraksisser. Når friheden så alligevel er begrænset, så skyldes det, at selve valget er en normativ beslutning, der er baseret på praksisser, ritualer og rutiner, hvorigennem individet tilegner sig lærdom om at forbruge, og dermed socialiseres til at være et passende medlem af samfundet (Sassatelli, 2001). Til tider afviger individer, nogle mere end andre, fra de normative forventninger etableret i kulturen og referencegrupperne, og en sådan afvigelse ses ofte som at

bryde de uskrevne regler. Individet færdes dagligt i en sfære mellem at bryde og forstærke regler, der adfærdsmæssigt afhænger af individets engagement i forhold til disse regler.

"*On these grounds, the notion that we are all consumers is as important as the notion that we all consume differently. So, the social regulation of consumption – with its many levels of entrenchment ranging from implicit routines, to institutionally enforced manners, to highly formalized rules and the implementation of social policy – is based now, as in the past, on the moral classification of different goods, different spaces of consumption and different types of consumer.*" (Sassatelli, 2001:93).

Individers hedonistiske adfærd udspiller sig inden for de normative rammer. Og selvom individet opfatter sig selv som frit vælgende blandt utallige hedonistiske muligheder, så søges der bevidst og ubevidst en beherskelse i forhold til de normative forestillinger. Sassatelli betegner denne beherskelse som 'tamed hedonism'. Netop 'tamed hedonism' er interessant, fordi dette begreb rummer en social accept og forståelse af det hedonistiske forbrug. Mangfoldigheden af forbrugeres praksisser vurderes gradvist forskelligt, men i de fleste tilfælde identificeres afvigende forbrugere i kraft af deres overdrevne, irrationelle og ukontrollerede hedonistiske forbrug i kontrast til det 'normale' forbrug, der beror på 'tamed hedonism'. "*Consumer practices may be considered normal not only because they are imbued with individual meanings, nor simply because participants get pleasure from them, but also because these meanings and pleasures are articulated with narratives which ultimately testify to the autonomy of the self.*" (Sassatelli, 2001:100).

Lascu (1991) argumenterer for, at der eksisterer en tilstand med manglende skyld og samvittighed. Forbrugerne nyder flere usunde fødevarer uden den samme efterstående skyld, følelse af manglende selvkontrol og selvbegrænsning, der i mange tilfælde undertrykkes. Lascu nævner i modsætning til Sassatellis 'tamed hedonism' tilstanden for 'guiltless hedonism', hvor nydelsen får næsten frit spil. Men stadig er nydelse kun realistisk, så længe den ikke er i konflikt med individets selvstyre, selvkontrol og selvbegrænsning (ibid.). Selvet er den kontrollerende kraft i forhold til nydelse og fungerer som organiserende grundelement i forhold til legitimering af samtidens praksisser, der alle er formet og realiseret gennem en interaktiv læringsproces. En læringsproces, der gør det muligt for individer at agere socialt i forhold til implicitte skikke og regler, samt træffe passende valg af fødevarer (Sassatelli, 2001; Warde, 1997). Der er ingen tvivl om, at hedonismen har gode

betingelser i det moderne samfund, men en samvittighedsløs hedonisme synes urealistisk i et samfund, hvor individet dagligt påvirkes gennem det massive samfundsmæssige fokus på sundhed.

Langsigtede individuelle livsstilsprojekter og selveksperimenter er med til at normalisere nydelse, og kommer til udtryk gennem individets overbevisninger og praksisser, hvor især langsigtede livsstilsprojekter ofte omklassificerer bestemte produkter qua den autonome tilpasning til livsstilen, samt det repeterende brug. Det kan for eksempel være en livsstil, der er baseret på økologisk forbrug, hvilket legaliserer og normaliserer forbruget af usunde fødevarer, såfremt de er økologiske. Det selveksperimentelle prioriteres højt i den oplevelsesorienterede kultur, vi lever i, hvor hedonismen ofte manifesteres gennem oplevelser. Individer bruger hedonistiske oplevelser som en naturlig del af de selvfortællinger, der styrker selvidentiteten og gør hedonismen mindre skyldig (Sassatelli, 2001).

Dagligt konfronteres individer med fødevaremæssige valg, der tvinger individerne til at træffe beslutninger, som ofte vejer mellem sundhed og nydelse. Kernen i den normative diskurs skal findes blandt myndigheder, sundhedsorganisationer og de forskellige ekspertsystemer, men da kommunikationen derfra er fragmenteret og inkonsistent, stiller det individer i et komplekst dilemma. Omvendt giver det også individet et større råderum for udfoldelse af hedonistisk adfærd, da individet frit kan tilslutte sig en eller flere af de mange sundhedsoverbevisninger, som prioriterer nydelsen.

Individer søger at leve efter de fødevareoverbevisninger, som de har bekendt sig til, og som fungerer som bagvedliggende guidende dispositioner, når hverdagens fødevarevalg træffes. Behovet for legitimering opstår i de situationer, hvor et valg ikke er i harmoni med individets grundlæggende værdier og overbevisninger. Når hedonismen ikke er 'tamed', må individet have en god grund. For mange forbrugere ligger det dybt indlejret, at det er bedst og mest fornuftigt at bruge penge på fornødenheder frem for ekstraordinær nydelse, der kan betragtes som en udskejelse, der skal fortjenes eller legitimeres ved at det er weekend, fest, ferie osv. (Luomala et al., 2006; Dhar og Wertenbroch, 2000). Alligevel tilsidesættes det langsigtede ønske om det sunde liv til fordel for en her og nu lyst. Undersøgelser bekræfter, at tendensen til det stigende forbrug af usunde fødevarer og en øjeblikkelig tilfredsstillelse af nydelse, kan tilskrives forbrugeres præferencer for her og nu momentet på bekostning af fremtidige overvejelser (Kivetz og Simonson, 2002).

Forbrugere er forskellige, og det giver sig også til udtryk i de divergerende rationaler, der legitimerer en given adfærd. Hedonistisk forbrug har været genstand for en del forskning, som blandt andet har resulteret i en viden om, hvordan forbrugere legitimerer forbrugspraksis på forskellige måder. Nutidens stress og jag giver mange forbrugere en hektisk hverdag, hvor tid og overskud er en knap ressource, så weekenden opprioriteres som et frirum med fornøjelse og nydelse. Samme adfærdsmønster udspiller sig ved ferier, helligdage og specielle sociale begivenheder, hvor hverdagens strammere 'sundhedsregler' brydes, og den hedonistiske udskejelse markerer, at denne lejlighed er lidt udover det sædvanlige. (Luomala et al., 2004, 2006; Kivetz og Simonson, 2002; Blades, 2001; Garg et al., 2007).

For mange individer har fornødenheder en naturlig berettigelse i hverdagen, og derfor rammes individer ofte af en skyldfølelse og dårlig samvittighed, når nydelse prioriteres uden retmæssig berettigelse. Dette betyder blandt andet, at forbrugere i belønningssituationer, hvor valget står mellem hedonistiske og ikke hedonistiske produkter, vælger den hedonistiske belønning, da legaliseringen, skyldfølelsen og den mentale belastning, der normalt er associeret med at købe hedonistiske produkter, er reduceret og ofte ikke tilstede (Kivetz og Simonson, 2002; Okada, 2005). Det samme gør sig gældende i gavesituationer, hvor individet gerne modtager dyr vin, lækker chokolade og andre delikatesser, som individet sjældent vil købe til eget forbrug (ibid.). Mange forbrugere kan ikke unde sig selv nydelse uden en god og velfortjent grund, der kan fjerne eller reducere selvbebrejdelsen og den dårlige samvittighed, der opstår, når selvdisciplinen frakendes.

Foruden legitimering via belønning eller gave, retfærdiggør forbrugere hedonistiske valg ved at have fortjent retten til nydelse, hvilket kommer til udtryk på flere forskellige måder. Løb en tur og du fortjener chokolade bagefter. Spis frugt og grønsager og der gives plads til slik og søde sager. I dag eksisterer et større individuelt forbrug af nydelsesrige og mindre sunde fødevarer, idet nydelse bliver mere og mere socialt accepteret i nutidens samfund. Det kan muligvis henføres til den nye middelklasse, som Bourdieu (1984) nævner, for hvilken nydelse ses som en pligt uden påvirkning af moralske skrupler. Nydelse er dog kun tilladt i det omfang individet inkorporerer det med en vis selvdisciplin og selvkontrol og ikke giver sig uhæmmet hen til overforbrug (Lupton, 1996; Sassatelli, 2001). Denne samfundstendens underbygges af producenternes stræbsomme forsøg på at

underminere vores skyldfølelse ved at appellere til forbrugerens ret og pligt til nydelse i sociale situationer med sjov, hygge og god stemning.

Det er ikke kun forskellige situationer, der retfærdiggør hedonisme. Humøret og den mentale tilstand har ligeledes betydning for de fødevarer, vi finder passende at spise. Flere individer oplever en hverdag med travlt program og manglende overskud, der resulterer i en træt og nedtrykt mental tilstand. Undersøgelser viser, at individer med en negativ mental tilstand er tilbøjelige til at konsumere mere usund mad end individer, der er glade og tilfredse med deres liv (Garg et al., 2007; Wansink, 2006). Individer i dårligt humør vil søge væk fra denne tilstand ved at spise søde og fede fødevarer, og derved søge at forbedre den mentale tilstand og legitimere den hedonistiske adfærd med begrundelsen om, at de fortjener nydelsen. Meget i modsætning til individer, som trives godt og ønsker at blive i denne forfatning og dermed afstår fra unødvendig usund mad, som efter spisning får dem til at fortryde indtaget (Garg et al., 2007). Glade og tilfredse individer spiser derfor ikke i samme grad usunde fødevarer som individer med negativ mental tilstand, da de ikke vil beskæftige sig med de efterfølgende konsekvenser, som skyld og dårlig samvittighed, der får dem til at føle sig dårligt tilpas (Garg et al., 2007; Wansink, 2006). Denne tendens giver mening i lyset af det samfund vi lever i med stigende depressioner og brug af antidepressive medikamenter (Kjøller et al., 2007).

Opsamling

En af konsekvenserne ved senmodernismen er den evige søgen efter oplevelser, nydelse og den gode smag i hverdagen, som medvirker til, at mange individer i dag er overvægtige (ATV, 2007). Den gode smag er tæt forbundet med indtag af fede og søde fødevarer, og nydelse fremstår ofte som en opposition til sundhed (Raghunathan, 2006). Men den sociale konstruktion af smag og nydelse er ikke entydigt defineret i nutidens komplekse fødevaremarked, men spænder bredt, da de mange nye produkter og muligheder kontinuerligt skaber nye betingelser for den gode smag. I den kontinuerlige reproduktion af den sociale hedonisme og gode smag fremhæver Warde (1997) blandt andet myndigheder, medier og sociale kontakter som medkonstituerende i den almene smagsdannelse, men samtidig også kilden til de usammenhængende og inkonsistente råd om valg af fødevarer, individet konfronteres med i det moderne samfund.

Det væsentlige i dette kapitel er at forstå, at nydelse og den gode smag etableres og udvikles i fællesskabet. Det er i fællesskabet den gode smag defineres, og den sociale sammenhængskraft sætter rammerne for nydelsens udfoldelse. Igennem socialisering transmitteres de kulturelle og institutionaliserede skikke og praksisser, så individer fra barns ben lærer, hvad der er nydelsesrigt.

Det er essentielt at have for øje, at denne sociale regulering af hedonismen medfører, at spillerummet for hedonismens udfoldelse og berettigelse er mere socialt betinget end individuelt etableret. Individer søger dagligt at leve efter én eller flere af de overbevisninger, der eksisterer inden for fødevaremarkedet, og ser sig nødsaget til at legitimere fødevareforbrug, der ikke er i overensstemmelse med de normative forestillinger om et disciplineret og kontrolleret fødevareforbrug. Flere årsager fungerer som legitimerende for det hedonistiske forbrug, og især sociale hyggelige situationer er fora, hvor hedonistiske fødevarer har stor prioritet og indtages uden større samvittighedskvaler. En indsigt i de sociale situationers indflydelse på fødevareforbruget og prioriteringen af nydelse gives i det kommende kapitel 6.

Kapitel 6

Fødevarer i sociale relationer

"What we eat, where we get it, how it is prepared, when we eat it and with whom, what it means to us – all these depend on social arrangements." (DeVault, 1991:35)

Det hedonistiske forbrug legaliseres især ved sociale sammenkomster, hvor nydelse af særligt udvalgte fødevarer indtager en central rolle, som limen der binder folk sammen. Mad og drikke er ofte årsagen til, vi mennesker samles for timer omkring bordet til en hyggelig stund, hvor veltillavet mad deles i en større samhørighed. Forbrug af fødevarer og de vaner[26] og praksisser, der er tilknyttet udspringer ikke kun af det biologiske behov, hvor daglig føde er essentiel for at overleve. Forbrug af fødevarer indbefatter ligeledes sociale og kulturelle symboler, myter, fantasier og markerer grænseflader mellem socialklasser, geografiske regioner, nationer, religioner, køn, livsstile og livsfaser, og selv tidspunkt på dagen (Fischler, 1980; Lupton, 1996).

Adskillige faktorer har indflydelse på menneskers forbrug af fødevarer. Madens ingredienser og måden den tilbederes på er vigtige konditioner, men ligeledes med hvem og under hvilke forhold maden indtages (Wansink, 2006). Situationen og sammensætningen af mennesker har vist sig essentiel i forståelsen af den sociale sfæres indflydelse på menneskers adfærd i relation til

[26] Vaner adskiller sig fra praksisser ved at være privat og ikke social forankret som praksisser. Vaner er idiosynkratisk for individet og ikke eksternaliseret, hvorimod praksisser (samt regler og konventioner) er identisk i både den interne og eksterne manifestation (Turner, 1994).

fødevarer. Den sociale indflydelse antages at være blandt de største influerende faktorer, når det gælder forståelsen af individets fødevareindtag (Clendenen et al., 1994).

I dette kapitel belyses fødevarernes rolle ved sociale lejligheder. Den sociale konstellation er et af de situationelle aspekter, der har størst indflydelse på individers fødevareforbrug, og det er ofte i sociale situationer, at hedonismen får fuldt råderum. Som også vil blive tydeligt i dette kapitel, så tillægges fødevarer utallige betydninger og kategoriseres relativt, så bestemte fødevarer anses for passende at spise i bestemte situationer. De situationsbestemte karakteristika diskuteres med udgangspunkt i den påvirkning, de har på fødevareforbruget. Afslutningsvis diskuteres det fælles måltid med hyggeligt samvær, som en situation, hvor bestemte fødevarepraksisser hører sig til. Formålet med kapitlet er at spore tankerne over på den mangfoldighed af betydninger, som fødevarer repræsenterer, og hvordan disse betydninger integreres med konteksten, som fødevarerne tager del af, for eksempel det hyggelige måltid. Det er hensigten at skabe en forståelse for hyggefænomenet, som er motivationen for denne afhandling, og som afhandlingens empiriske analysen vil tage afsæt i og tilføre yderligere substans.

Fødevarer som betydningsbærer

Ved sociale lejligheder er det i forholdet mellem fødevaren og den sociale kontekst mening skabes, og fødevarers værdi og egnethed for en given situation vurderes. Douglas og Isherwood (1979) fremhæver, som Bourdieu (1984), at forbrug er en integreret del af et socialt system, hvor produkter bruges til at kommunikere betydninger, der markerer sociale forskelligheder. Hvert produkt har indlejret et net af sammenhængende betydninger, der refererer til et fælles betydningssystem. I betydningssystemet ligger implicit sociale grupperinger, hvilket betyder at systemet læses og scannes af individer, som forstår koderne forskelligt (Douglas og Isherwood, 1979). Gennem produkters forankring af betydning medvirker de til at skabe og vedligeholde sociale relationer. Når individer erhverver produkter, er det sjældent for at opfylde et materielt behov, men ofte for at lokalisere det sociale selv og transmittere denne identitet til de sociale omgivelser.

Ifølge Douglas og Isherwood (1979) har studier af forbrug vist en tendens til kun at koncentrere sig om to til tre begrænsede grunde til, at forbrugere køber produkter, hvilket er materiel velfærd, psykisk velfærd og fremvisning. For Douglas og Isherwood er produkter mere end bare

betydningsbærere. De udgør en central del af et større informationssystem, hvor kulturelle betydninger overdrages og bestrides. Produkter er konstituerende for selve systemet og udgør derfor både informationssystemets hardware og software, men betydning skal ikke findes i det fysiske objekt, da objektet alene ikke repræsenterer nogen betydning. Betydning skabes kun i relationerne mellem objekter – i deres relative forhold, hvor klassificerende kategorier dannes inden for alle produktkategorier, fra bananer til storslåede balletforestillinger (Douglas og Isherwood, 1979:49). Individet tager produkter til sig, og gør dem til private markeringer. Men værdierne, som produkterne tillægges, refererer til den betydning og værdi, som er aftalt af fællesskabet. Det gør individet til genstand for bedømmelse, men også i stand til selv at vurdere og bedømme. Den egenskab gør inklusion og eksklusion mulig, så individer gennem forbrug af produkter signalerer tilhørsforhold til en gruppe og afstandtagen fra andre grupper. Douglas (1999) understreger, at valg af fødevarer langt fra er en tilfældig proces, men en social manifestation, hvor fødevarekategorier består af et hierarki, der ekskluderer og inkluderer individer i forhold til sociale positioner. Fødevarer fungerer som repræsentation af de sociale relationer og er underlagt koder af symbolske systemer, der kommunikerer og reflekterer mønstre af sociale forhold.

Produkter er en vital og synlig del af kulturen, men udgør mere end at kommunikere sociale kategorier og hierarkier, som for eksempel avantgarde/konservativ og nyrig/rig. Produkter kommunikerer varierede, specifikke og symbolske betydninger, arrangeret i hierarkier, der på ingen måde er tilfældige, men hvor valg af produkter kontinuerligt skaber mønstre af diskrimination, der belægger og forstærker andre mønstre. Betydningerne indbefatter mere end blot tegn og insignier, og kan sammenlignes med historier, hvorigennem individer kommunikerer med hinanden og udtrykker følelser. ”*The housewife with her shopping basket arrives home: some things in it she reserves for her household, some for the father, some for the children; others are destined for the special delectation of guests. Whom she invites to the house, what part of the house she makes available to outsiders, how often, what she offers them for music, food, drink, and conversation, these choices express and generate culture in its general sense.*” (Douglas og Isherwood, 1979:37).

Fødevarer kategoriseres i forhold til konteksten og situationen. Er det eksempelvis hverdag eller weekend, frokost eller middag, familie eller venner, fødselsdag eller højtid osv. Det er i denne kategoriserende struktur af fødevarer og spisemønstre, at det er muligt at identificere sociale kategorier og få indsigt i de sociale forhold. (Douglas og Nicod, 1974). ”*Food can discriminate the*

different times of the day, and one day from another; as well as the annual events it can also distinguish life-cycle events such as funerals and weddings. […] We would find that the rank value of each class of goods varies inversely with the frequency of its use: the breakfast is taken separately, more of the family and friends assemble for Sunday dinner, a larger assembly collects for Christmas, and stiller larger for weddings and funerals." (Douglas og Isherwood 1979:83).

Den sociale konstellation

De fleste individer indgår dagligt i flere sociale konstellationer, hvor drikke- og spiseaktiviteter foretages – morgenmaden med familien, frokost med kolleger eller forretningsforbindelser, aftensmad med venner, naboer, i fritidsklubben eller med familien. De sociale grupper, som individet tager del i, er referencegrupper, der i større eller mindre udstrækning påvirker individers adfærd, hvor især de primære referencegrupper, som familie og venner, der står individet tættest, har afgørende betydning. I situationer hvor individet indgår i en social relation, tilpasses adfærden automatisk til gruppen, således at der ofte handles ud fra gruppens præferencer frem for individets egne. Individet kan dermed fremstå som værende tilsidesat på bekostning af en samlet enhed (gruppen), og der kan i den henseende skelnes mellem en personlig identitet og en social identitet (familie- og gruppeidentitet) (Engstrøm og Larsen, 1987; Gabriel og Lang, 1995). Dette kommer til udtryk på flere måder. Handles der eksempelvis ind til en middag i eget selskab, handles der ind efter egne præferencer. Hvis der derimod handles ind til middag med familien, handles der ind efter gruppens præferencer. Er der eksempelvis en vegetar i gruppen, købes der givetvis ikke kød til denne person.

De konceptuelle strukturer i familien eller gruppen består af fællesmængden af individernes præferencer, holdninger og normer[27], der er tilpasset gruppen og adfærdsmæssigt kommer til udtryk gennem de sociale praksisser[28]. Eksistensen af disse strukturer indenfor grupper er en indikator for

[27] Normer eller regler henviser til en forpligtigelse til en bestemt adfærd i relation til andre mennesker, og regulerer dermed adfærd i forhold til omgivelserne. Goffman definerer normer således: "*A social norm is that kind of guide for action which is supported by social sanctions, negative ones providing penalties for infraction, positive ones providing rewards for exemplary compliance. […] Social sanctions themselves are norms about norms – techniques for ensuring conformance that are themselves approved.*" (Goffman, 1971:95).

[28] Sociale praksisser defineres som følgende: "*A "practice" (Praktik) is a routinized type of behaviour which consists of several elements, interconnection to one other: 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.*" (Reckwitz, 2002:249).

en indvilliget position, som er etableret i kraft af socialiseringsprocesser og som løbende forandres gennem individers interaktion. De konceptuelle strukturer er ofte i den sociologiske litteratur fremhævet som kulturen, hvor især normer og praksisser fremstår som et fundamentalt element (Engstrøm og Larsen, 1987). Hvordan individets normer tilpasser sig fællesskabets normer beskriver Bates og Harvey således: "*The norms of a group consist of all of those norms held by group members relative to their relationship to one another, regardless of the amount of agreement or consensus. There is one set of norms for each group member; and the norms of the group consist of all these sets taken together.*" (Bates og Harvey citeret i Engstrøm og Larsen, 1987:83). Ifølge denne redegørelse så har individer separate normer, som kommer til udtryk igennem en given adfærd og samtidig bidrager til nye delte normer afhængig af de omgivende individer. Dette skel mellem fælles og individuelle normer er interessant, når der ønskes en forståelse af de fødevarepraksisser, som tager sig ud ved forskellige sociale konstellationer.

Utallige ressourcer er brugt på at kortlægge og forklare, hvordan den sociale konstellation, som individet tager del i, påvirker fødevareforbruget, og blandt resultaterne skildres der mellem den familiære og nære relation i modsætning til det fremmede og ukendte. I tætte venskaber og i familien samles man gerne om en veltilberedt middag med flere retter, hvorimod en samling af mindre tætte kontakter typisk vil nyde en mindre snack med en kold/varm drik i en lidt formel stemning (Lupton, 1996; DeVault, 1991). Senere undersøgelser indikerer, at når et måltid nydes med familie eller nære venner, så spises der ofte et større kvantum end ved måltider, hvor den sociale sammensætning er kendetegnet ved mange nye og ukendte mennesker. Individer har tendens til et mere kontrolleret indtag af mad ved formelle sammenkomster med fremmede mennesker, hvor søde sager som dessert ofte fravælges, da individet forsøger at gøre et godt indtryk i mødet med nye mennesker (Clendenen et al., 1994; Salvy et al., 2007; Wansink, 2006). En adfærd, som er etableret i samfundsstrukturen og et resultat af de uskrevne regler for passende og upassende fødevareadfærd, hvor det at overspise eller spise ukontrolleret meget ikke er velanset (Wansink, 2006).

Antallet af individer, der er samlet til spisning og tidsrummet, synes at have en betydning for forbruget. Der er en positiv sammenhæng mellem den tid, der bruges omkring bordet, og det kvantum der konsumeres, så jo længere tid omkring bordet, jo mere spises der. Ofte bruges der i større sociale forsamlinger længere tid ved bordet, hvilket frister deltagerne til at spise mere, end tilfældet ville være i mindre forsamlinger, eller hvis måltidet indtages alene. Undersøgelser viser, at

individer spiser 35% mere ved en middag for to og op til 96% mere, når der spises i en større gruppe på mere end syv personer (ibid.). Desto mere andre personer ved bordet spiser, jo mere spiser den enkelte. Buffeter med hurtig og let adgang til mad medfører overspisning hos mange individer (Clendenen et al., 1994; Wansink, 2006).

Vi spiser forskelligt, afhængig af om vi er alene eller sammen med andre mennesker, og selv den krops- og kønsmæssige sammensætning i en social relation, har betydning for de fødevarer, der spises. I vestlige lande er de basale behov for fødevarer for længst dækket, og derfor er fedme ikke et udtryk for velstand, som tilfældet er i mange fattige lande, hvor mad er en knap ressource. Idealet i vestlige lande er den tynde/normale krop, der signalerer kontrol, sundhed, bevidsthed og indirekte inkludering i øvre sociale lag, hvorimod overvægt stadig finder overrepræsentation i de lavere sociale lag og på mange måder sidestilles med uvidenhed, ligegyldighed og lav social status (ATV, 2007; Bourdieu, 1984). Det er en generel antagelse, at individer bliver overvægtige i mangel af selvkontrol, og lysten til at fremstille sig selv som en kontrolleret normalspisende forstærkes i sammenkomsten med ligestillede (DeJong og Kleck, 1986). Tilstedeværelsen af tynde personer i en forsamling gør derfor overvægtige personer mere selvbevidste og i sidste ende medfører denne tilstedeværelse et mindre fødevareindtag hos overvægtige (Clendenen et al., 1994; Roth et al., 2001). Især kvinder tilstræber det idealistiske kropsbillede, hvor kontrolleret spisning anses som feminint og positivt i modsætning til overspisning, der for mænds vedkommende betegnes som et tegn på en sund appetit. Dog vil både kvinder og mænd være opmærksomme på, hvad de spiser ved første møde med nye mennesker i håb om at skabe et positivt indtryk (Salvy et al., 2007; Wansink, 2006).

Individers adfærd og praksisser er baseret på læring som kulturel transmission (Rozin, 2005). Specielt de nære relationer, som familien og venner fungerer som en social enhed, hvor kulturel transmission kontinuerligt foregår i kraft af socialisering og reproduktion af standarder og normer. Inden for en social enhed som familien eksisterer der internationaliserede konceptuelle strukturer, som udtrykkes via delte holdninger, opfattelser og normer, og samtidig former en fælles referenceramme og en form for tilhørsforhold (Mäkelä, 1991; Engstrøm og Larsen, 1987). Gennem disse strukturer kan familien beskrives som det sociale system, familien i bund og grund er. En stor del af den kulturelle transmission eksisterer indenfor familien, men ligeledes i grænsefladen mellem den familie individet fødes ind i, og den familie som løbende etableres og reformeres gennem

skiftende familiestrukturer gående fra f.eks. single til parforhold, til familien med børn (Engstrøm og Larsen 1987). Familien er det forbindende led mellem individet og samfundet, men også individets forskellige referencegrupper tager del i den kulturelle transmission.

Situationelle påvirkninger

"*Mennesket er et socialt væsen, hvis bevidsthed og udtryksformer er en funktion af de sociale relationer, det indgår i på et bestemt tidspunkt og på et bestemt sted. Den familiemæssige, arbejdsmæssige og samfundsmæssige sammenhæng er afgørende for menneskets måde at dække sine behov på, for måden at kommunikere på og for måden at anskue verden på.*" (Engstrøm og Larsen, 1987:87). Mennesker påvirkes af deres omgivelser, af tidspunktet, af stedet, af de sociale relationer osv. og alle aspekter af individets fødevareforbrug afficeres af den situationelle kontekst, som individet tager del i.

I takt med at flere individer bruger tiden uden for hjemmet, er det ikke længere kun hjemmet, som danner rammen for de daglige måltider (DeVault, 1991). Individet har fået større handlefrihed til at konstruere egne måder at spise på, og derfor er konteksten og situationen blevet interessant at forholde sig til. Situationsbestemte faktorer, som for eksempel tid, fysiske omgivelser, mental tilstand og aktivitet har gennem flere undersøgelser vist, at have betydning for individets forbrug af fødevarer (Belk, 1974, 1975; Marshall, 1993; Marshall og Bell, 2003; Kristensen og Holm, 2006; Blake et al., 2007). Belk definerer situationsbegrebet således: "*All those factors particular to a time and place of observation which do not follow from a knowledge of personal (intra-individual) and stimulus (choice alternative) attributes, and which have a demonstrable and systematic effects on current behaviour*." (Belk, 1974:157). Belk operationaliserer efterfølgende 'all those factors' til at kunne placeres inden for fem situationselementer, der karakteriserer enhver situation. Disse fem situationselementer er de fysiske og sociale omgivelser, tid, formål og stemningen (Belk, 1975).

I relation til fødevareforbruget viser senere undersøgelser, at op til otte situationskarakteristika har indflydelse på individets forbrug af mad og drikke. Foruden førnævnte karakteristika, er ligeledes aktiviteten (der foretages, mens der spises), den specifikke mad og drikke, samt hvor ofte der spises bestemmende for individets valg og forbrug af fødevarer (Blake et al., 2007). Undersøgelsen viser blandt andet, at en stor del af hverdagens mad indtages samtidig med forskellige aktiviteter, som på

arbejdspladsen arbejdende foran computeren, og mens der køres bil. Samme tendens gør sig gældende i hjemmet, hvor der ses tv, læses avis eller lyttes til radio, samtidig med der spises (ibid.). Det bekræftes af en undersøgelse lavet blandt danske forbrugere, der viser, at knap halvdelen af danskerne er engagerede i at lytte til radio, se tv eller læse, mens der spises, og det gør sig gældende både når måltidet indtages alene som i samvær med andre (Holm, 2001a).

Frokostmåltidet indtages ofte på arbejdspladsen eller i institutioner, og er derfor påvirket af de fysiske omgivelser og begrænsninger herved, som fødevarevalget med naturlighed tilpasses (Marshall og Bell, 2003). Omgivelserne og begrænsningerne udtrykkes via de fødevarer, som vælges, da det er gennem fødevarerne situationen signaleres, men omvendt, så er det også situationen, der er afgørende for valg af fødevarer. Derfor vil det, der er passende at spise i forskellige situationer, også være en direkte funktion af forbrugssituationen (Marshall, 1993).

En analyse foretaget af Belk (1974) bekræfter situationens vigtighed, når valg af fødevarer træffes. Belk fremhæver, at især de fødevarer, der indgår i et af hovedmåltiderne, som for eksempel kød til aftensmaden, er mere påvirket af de situationsbestemte effekter i forhold til for eksempel indkøb af en snack, hvor den specifikke situation er mindre afgørende (Belk, 1974). Netop snacken eller mellemmåltidet (som snackbegrebet også er kendt under), er resultatet af de sidste årtiers store forandring i forbrugernes spisemønster. Den hurtige snack på vejen fylder mere i hverdagen, og en forholdsvis stor del af dagligdagens mad indtages uden for hovedmåltiderne (Blake et al., 2007; Nordic Plan of Action, 2006). Det traditionelle spisemønster med tre store daglige måltider, synes for mange individers vedkommende at være under forandring og afløses af en til to daglige varme måltider, og derudover løbende snacks (Mäkelä, 2001). Snackkategorien er blevet mere omfattende end tidligere, og forholdet mellem valg af fødevarer i snacksituationer spænder bredere, således at sodavand, fastfood samt andre produkter, der hidtil har været sidestillet med et hovedmåltid, nu også indtages som en hurtig snack på vejen (Marshall, 1993).

Ændringer i individets daglige spisemønster og fødevareforbrug kan blandt andet tilskrives de samfundsstrukturelle forandringer, som eksempelvis kvindernes indtog på arbejdsmarkedet. Tidligere var det kvindernes job at stå for de hjemlige sysler og hverdagens indkøb, tilberedning, servering og oprydning efter maden, men tiden i hjemmet er pludselig begrænset med to udearbejdende voksne (DeVault, 1991). Tid er nutidens knappe faktor, og har resulteret i flere

forskydninger i forbrugernes spisemønster. Endvidere er kokkerering og tilberedning af mad blevet mindre nødvendigt og teknisk, da nye produkter er kommet på markedet, som halvfærdige madvarer, der er hurtige og nemme at tilberede. Skal det gå endnu hurtigere, så giver de mange nye restauranter og fastfood forretninger muligheder for et let købt måltid (DeVault, 1991; Warde og Martens, 2000; Marshall, 1993).

Det fælles måltid

Trods de samfundsstrukturelle ændringer, der har forskudt forbrugernes spisemønster fra tre daglige hovedmåltider til færre hovedmåltider og flere snacks i løbet af dagen, så er hovedmåltidet stadig et vigtigt element i individers hverdag, og ofte samlingspunktet hvor den sociale relation plejes (Mäkelä, 2001; Holm, 2001a, 2001b). Netop i kraft af ændrede spisepraksisser og hverdagens mange aktiviteter, der trækker individer i hver sin retning, er måltidet med familien desto mere vigtigt, som holdepunktet i en travl hverdag. Måltidet er ikke helt på retræte, da op mod 70% af individer dagligt indtager et måltid inden for hjemmets fire vægge (Holm, 2001b). Især weekender er kendetegnet ved at være dage, hvor der er god tid til at tilberede og nyde måltidet hjemme (Holm, 2001a, 2001b). Måltidet i sin umiddelbarhed kan synes ganske enkelt at definere, men det er mere rummeligt og komplekst end som så, hvilket ekspliceres i Nicods (1979) redegørelse for måltidet.

"*A "food event" is an occasion when food is eaten without prejudice as to whether it constitutes a meal or not. A "structured event" is a social occasion which is organised according to rules prescribing time, place and sequence of actions. If food is eaten as part of a structured event, then we have a "meal". A "snack" is an unstructured food event in which one or more self-contained food items may be served. "Unstructured" means that there are no rules to prescribe which items should appear together, and no strict order of sequence when more than one item appears. Snacks may be separable from, but capable of accompanying, a drink. The meal, in contrast, has no self-contained food items and is strictly rule-bound as to permitted combinations and sequences. Together with the distinction between "special" and "common" food events, these terms were the tools of analysis whereby we matched the structuring social relations to the structuring of food.*" (Nicod, 1979:56-57).

Måltidet adskiller sig især fra et mellemmåltid eller en snack ved at være en social begivenhed, hvor individer samles omkring bordet og spiser. Måltidet indbefatter ikke kun spisning af bestemte fødevarer, tilberedt på en bestemt måde og i en bestemt orden, men med hvem og under hvilke omstændigheder maden indtages har også betydning. I forståelsen af måltidet er det sociale element af stor betydning, og derfor betragtes det at spise alene som en simulation af det rigtige måltid (Mäkelä, 1991).

Måltidet består af flere delprocesser, der spænder fra udvalg og indkøb, tilberedning, anretning, servering og til sidst spisning af maden. Spisning omkring bordet betragtes som det sociale element af måltidet, hvor de øvrige delprocesser kategoriseres som strukturelle processer med fokus på fødevarernes transformation fra natur til kultur (Lévi-Strauss, 1966, 1994). Lévi-Strauss arbejde med fødevarer koncentrerer sig om at forstå transformationsprocessen mellem de stadier fødevarer passerer fra rå til tilberedt og forrådnet. I modsætning til Lévi-Strauss arbejde, der baserer sig på fødevarerelaterede binære oppositioner, så er Douglas (1999) i højere grad fokuseret på at forstå det symbolske system, og de koder fødevarer og især måltidet bærer – altså 'deciphering the meal'.

I samarbejde med Nicod har Douglas analyseret det strukturelle aspekt af måltidet blandt den britiske arbejdsklasse (Douglas og Nicod, 1974). Ifølge Douglas og Nicod (1974) kan måltidet opdeles i to overordnede komponenter, som er fast (mad) og flydende (drikke). I forlængelse heraf kan fødevarer placeres inden for strukturelle og sensoriske kvaliteter som krydret/sødt, varm/kold og stærk/mild. Nicods (1979) tidligere citerede definition på et måltid specificeres yderligere, da måltidsystemet har tre typer måltider - det store måltid/hovedmåltidet, et mindre måltid/det andet måltid og et endnu mindre måltid/det tredje måltid (som for eksempel en varm drik eller småkage). Det store hovedmåltid er normalt det, der forbindes med begrebet måltid, og refererer til hverdagens varme måltid eller weekendens store middag bestående af hovedingredienserne kartofler, et stykke kød, fisk eller æg, grøntsager og en sauce eller dressing. Alt er forholdsvis krydret og varmt i hovedmåltidet i modsætning til det andet mindre måltid, der er sødt, men har samme struktur, erstattet af en kornsort/brød (hovedingrediens) samt frugt/dressing (Douglas og Nicod, 1974).

På denne måde bryder Douglas og Nicod måltidet ned til mindre dele, for at skabe en større forståelse for, hvordan måltidets delelementer hænger sammen og tillægges forskellige betydninger, der kan relateres til den sociale adfærd og orden. En af begrænsningerne i Douglas og Nicods

strukturalistiske fødevaresystem er, at det ikke siger meget om, hvordan fødevarer via tilberedning og servering har indflydelse på fødevarers status, og dermed hvor og hvordan fødevarer inkluderes i vores måltider. Om en fødevare kræver lidt eller megen tilberedning, og hvordan den tilberedes, er afgørende for den situation, hvor fødevaren bruges (Marshall, 1993).

Med inspiration fra Douglas og Nicod (1974) arbejder den britiske sociolog Anne Murcott (1982) videre med de strukturalistiske tanker og undersøger konceptet 'det rigtige måltid' (efterfølgende uden anførelsestegn) blandt indbyggere i South Wales. Murcott finder i trit med Douglas og Nicod, at det rigtige måltid er en tilberedt/kokkereret varm middag, hvor fødevarer transformeres på en bestemt måde ved tilberedning og kombination af ingredienser for slutteligt at udgøre et måltid. Det rigtige måltid indtages hovedsagligt med familien, og er en ret bestående af frisk kød (til nød kylling, men ikke fisk), to grøntsager i form af kartofler og en anden grøn grøntsag for at fuldende måltidet med sauce (Murcott, 1982). Charles og Kerrs (1988) studier i slutningen af 1980'erne bekræfter disse resultater, men 1990'erme synes at ændre denne forestilling om det rigtige måltid. Marshall og Andersons (2002) studier af aftenmåltidet for unge par i Scotland, i stadiet mellem før og efter giftermål, verificerer måltidets vigtighed blandt individer, men indikerer også forandringer i fødevarevalg og spisepraksis. Måltidet har til stadighed en vigtig social betydning, men i en travl hverdag kræver det fælles måltid planlægning og prioritering. Analysen viser, at det rigtige måltid bestående af to grøntsager, kød og sauce stadig er anerkendt, men i 23% af måltiderne er kartofler udskiftet med ris eller pasta, og desuden er salat, pasta, pizza, indiske karryretter samt chili con carne velansete måltider, som jævnligt spises (ibid.). Måltidbegrebet har fået en bredere betydning og er ikke længere begrænset til få ingredienser.

For danske individer viser senere undersøgelser, at et typisk måltid består af en hovedingrediens som kartofler, ris, pasta eller brød, hvortil der serveres kød, grøntsager og til tider sauce eller en dressing. Størstedelen af måltiderne består af en, to eller tre kombinationsløsninger, hvor en to-kombinationsløsning kan være chili con carne med brød. Desuden anser individer et måltid med en hovedingrediens som pizza, salat, pasta eller sandwich som et rigtigt måltid. Det varme måltid prioriteres i hverdagen, og 88% af alle voksne danskere spiser dagligt mindst et varmt måltid hjemme eller ude (Mäkelä, 2001).

Sondringen mellem den private og offentlige sfære ligger implicit i valget mellem at spise hjemme i familiære omgivelser, hvor det hjemmelavede måltid symboliserer varme, intimitet og personlig engagement i modsætning til at spise ude på restaurant og cafe, hvor maden kan være alt fra hjemmelavet til industrialiseret og købt mere eller mindre færdiglavet. Maden der spises ude er ofte anonym, hvilket er en af grundene til flere spisesteder forsøger at tillægge maden ekstra værdi ved at knytte ordet 'hjemmelavet' til madretterne. 'Hjemmlavet' fungerer i disse tilfælde som en mediator, ligesom eksempelvis den industrialiserede fremstillede mad, da fødevarer i begge tilfælde transformeres fra natur til kultur, og derigennem tillægges forskellige betydninger (Lévi-Strauss, 1963, 1994).

Spisning uden for hjemmet spænder bredt fra den hurtige snack i farten, der tilfredsstiller øjeblikkets sult/lyst til det finere restaurantbesøg (Ashley et al., 2004). Ofte er et restaurantbesøg en social begivenhed, hvor forkælelse og nydelse er essentielt. Restaurantbesøg adskiller sig fra hverdagens trummerum ved at være lidt ud over det sædvanlige og en frigivelse fra den familiære scene (Warde og Martens, 2000; Holm, 2001a). Danskere spiser generelt mindre ude end de øvrige skandinaviske lande og er mere tilhængere af det hjemlige, hyggelige måltid, hvor der bruges væsentlig længere tid omkring bordet (Holm, 2001a). Spisning i hjemmet er ofte behæftet med positive associationer som sikkert, trygt, komfortabelt og kontrollerbart, hvilket især opleves af kvinderne, som også anser hjemmet som arena for det rigtige måltid (Ashley et al., 2004).

I løbet af en hverdag indtages morgen- og aftensmåltidet primært med familien, hvorimod frokosten indtages med arbejdskolleger, forretningsforbindelser eller studiekammerater. Weekenden derimod er domineret af spisning med familien, men er også dage, hvor venner inviteres på middag (Holm, 2001a). Lupton fastslår: *"The 'family meal' and the 'dinner table' are potent symbols, even metonyms, of the family itself."* (Lupton, 1996:39), hvor Lupton med flere (Murcott, 1982; Charles og Kerr, 1988; DeVault, 1991) fremhæver, at det rigtige måltid tilberedes og spises med familien i hjemmet, som en del af den sociale produktion og reproduktion af familien. Det er forankrede fødevarepraksisser, der hjælper med at fastholde og forstærke en sammenhængende ideologi af familien som socialt system, hvor måltidet er med til at opretholde og reproducere den sociale orden i familien. Ved fælles måltider udgør dialogen en vigtig del, da små og store ting fra hverdagen snakkes igennem.

I relation til det hjemlige producerede måltid har mænd og kvinder forskellige roller. Undersøgelser viser, at trods en mindre skarp opdeling af kønsrollerne i dagens samfund, så er køkkenet stadig kvindens domæne. Det er kvindens opgave at vise omsorg, bekymre sig og holde sammen på familien, som tilslutningen til måltidet symboliserer. Selvom mændene i større udstrækning laver mad, så er mændenes primære opgave stadig at bringe føden i hus, hvorefter kvinderne tager over (ibid.).

I tilfælde hvor børn er repræsenteret ved bordet er den sociale interaktion og børnenes bordmanérer en essentiel del af måltidet (DeVault, 1991). Den tilbagevendende deltagelse i måltidet kan henføres til arenaer for socialitet, moral og en herværende forståelse af samfundet og den verden, individet tager del i. Måltidet fungerer som et slags ritual, hvor meninger og betydninger videreføres og deles blandt deltagerne, og dermed danner grundlag for reproduktion af den sociale orden (Charles og Kerr, 1988). Spisning omkring bordet i sociale sammenhænge er ofte en konventionel affære afgrænset til de sociale praksisser, der finder sted og som reguleres i forhold til deltagere, omgivelser, varighed, udformningen og serveringen af maden. Inden for disse rammer finder den kulturelle strukturering af måltidets socialisering sted, og det er denne socialiseringsproces, der fremmer kontinuiteten i de sociale praksisser, men som også løbende forandres gennem generationer.

Måltidet er en kulturel aktivitet, hvor individer socialiseres til at være en kompetent og passende del af en social enhed – for eksempel familien, institutionen, samfundet. "*Cultural sites are given life through recurrent social participation and longevity through efforts to socialize novices into predilections, sentiments, and actions that undergird meaningful participation.*" (Ochs og Shohet, 2006:35). Ochs og Shohets tilgang til kultiveringen gennem måltidet, som en social aktivitet underbygges af Bourdieus (1984) tanker om kulturen, som et dynamisk sæt af dispositioner, praksisser og sociale positioner, indenfor hvilke individer konstant navigerer, interagerer og tilpasser sig den situation, de tager del i. Det er i disse situationer den sociale orden kontinuerligt modificeres og befæstes.

En undersøgelse foretaget af Ochs og Shohet (2006) blandt amerikanske og italienske familier tydeliggør, hvordan forskellige kulturer har forskellige skikke, praksisser og socialiseringer. Hos amerikanske familier har måltidet funktionen at tilfredsstille kroppens sult og give næring,

hvorimod italienske familier spiser for nydelse og den gode smag. Måltidet i Italien er derfor langt mere følelsesbetonet, hvilket manifesteres i dialogen under måltider, der ofte omhandler den gode mad. Indbydes mellem familiemedlemmer konverseres om maden og dagens bedrifter, hvorimod amerikanske familier indtager forhandlingsbordet, og maden bliver forhandlingsparameter med sociale kontrakter, der sikrer at børnene spiser det, de bør spise. I tilfælde hvor børnene spiser op eller spiser grøntsager, udløser det en belønning – nemlig dessert. Charles og Kerrs (1988) studier viser ligeledes, at søde sager ofte bruges som belønning eller som middel til at passivisere barnet og skabe harmoni under måltidet.

Det hyggelige samvær

Det fælles måltid spises ofte i hjemmet. Hjemmet er medvirkende til at skabe rammerne for den grundlæggende følelse af varme, sikkerhed, ro, fred og ikke mindst hygge. Sammenlignet med de andre skandinaviske nationaliteter betragtes danskerne som et folkefærd, der opprioriterer velbefindende og velvære, hvor især hygge og nydelse spiller en central rolle. Det er ofte nydelse af god, veltilberedt mad og drikke, som danner grobunden for en hyggelig stund i personlige omgivelser (Ylälahti, 1999). Hyggefænomenet og de tilhørende fødevarepraksisser er interessante at belyse, da hygge angiveligt fordrer et hedonistisk forbrug, hvor bestemte, ofte relativt usunde, fødevarer synes at hører sig hygge til. Det kulturelle fænomen hygge er tæt forbundet med mad og drikke, og er et begreb, der er så forankret i den danske kultur, at det kan være svært for medlemmer af kulturen at forklare og endnu sværere for udefrakommende at forstå.

Kendetegnet ved et kulturelt fænomen som hygge er, at det tager del i et kulturelt univers, hvor det kan forstås og giver mening for kulturens medlemmer. Hygge indgår, som mange andre kulturelle fænomener, som en uformel og implicit social viden – en taget for givet viden uden refleksion over, hvordan denne forståelse er opstået (du Gay et al., 1997). Som del af en kultur deler individer samme referenceramme, der sætter dem i stand til at skabe betydning, samt formulere og kommunikere mening, så det fremstår forståeligt for de sociale omgivelser. Durkheim henviser til en sådan referenceramme som ‘collective representations’, der er socialt etablerede delte og fælles meninger, værdier og normer blandt partikulære individer, som udtrykkes gennem individers adfærd, ritualer, myter, institutioner og religiøse overbevisninger (du Gay et al., 1997:12). Hvor banale og omnipresente mange af hverdagens aspekter end må synes, så er de kulturelt og socialt

konstruerede og netop de 'collective representations', der skaber en fælles forståelsesramme, så individer kan forstå og interagere sammen, og dermed binder individer sammen.

Hygge er en konstruktion funderet i det danske kulturelle univers, hvor der eksisterer en fælles forståelse af fænomenet, der gør individer i stand til at bedømme, hvornår en situation er hyggelig eller ej. Det er i kulturen, at mening skabes og genskabes, som cirkulære processer, der danner grundlaget for de fortolkninger, som individer anlægger. Hver enkelt mening er forbundet med andre meninger i en uendelig kæde, hvor nye meninger opstår og gamle reproduceres, så kædens start og slutning er uidentificerbar (ibid.). Samfundet og virkeligheden er givet som en fælles realitet og konstrueres gennem de meninger, som individet tillægger den, og dermed handler ud fra. De kulturelle betydninger, som hygge er tillagt, opstår ikke umotiveret. Objekter, begreber og fænomener har ikke i sig selv en mening, men er et resultat af sociale diskurser og praksisser, hvor individer konstruerer verdenen på en meningsfuld måde. En fælles enighed om en forståelse, der er kulturelt forankret, kontekstafhængig og relativ frem for absolut. Kulturelle betydninger og værdier forankres i sociale fænomener som hygge, og kommer til udtryk via de distinkte sæt af sociale praksisser, der er konstituerende for hyggen.

Udefrakommende, med manglende kendskab til dansk kultur, kan opleve den traditionelle danske hygge som en slags seance, hvor mennesker samles omkring spisebordet til et større sortiment af mad, hvorefter der spises og drikkes i timer, mens snakken livligt går, og der grines højlydt (Knudsen, 1996; Reddy, 1998). Det er for mange mennesker indbegrebet af hygge med de dertilhørende skikke og sædvaner, der på alle måder udspringer af danskheden og den danske kultur.

En væsentlig del af hyggebegrebets manifestation inkluderer mad og drikke. Fødevarer udgør en helt central del af det hyggelige samvær, hvor de tillægges betydninger, der kommer til udtryk gennem sociale praksisser som valg, tilberedning, servering og spisning. Hyggens etablering fordrer forbrug af bestemte fødevarer, inkluderer nogle fødevarer og ekskluderer andre og endvidere nødvendiggør, at flere situationsbestemte elementer spiller sammen, førend en situation kan karakteriseres som hyggelig. Hyggefænomenet er komplekst og implicit og synes først at opnå en forståelse i afgrænsningen af, hvad det ikke er.

Litteraturen om hygge er meget begrænset og begrebet er forholdsvis ustuderet. Kun få personer har forsøgt at forstå hyggebegrebets mangfoldighed. Et nærmere indblik i ordet 'hygge' og dets etymologi indikerer, at ordet angiveligt kun findes i det norske og danske sprogbrug. Ordet er tæt forbundet med dansk nationalkarakter og kaster på mange måder lys over den danske sjæl. Selve ordet 'hygge' udspringer af det norske sprog, hvor betydningen er at 'have det godt', men ved at studere ordets etymologi bliver det klart, at ordet figurerede i det oldnordiske sprog for tusinder af år tilbage sammen med ord som; huggja (tro på, have i sinde), hugan (omsorg, bekymring) og huggan (bekvemmelighed og trøst) (Hansen, 1980). Først i 1800 tallet dukkede ordet op i danske tekster, hvorefter danskerne har taget hyggebegrebet helhjertet til sig.

Den amerikanske antropolog Judith Friedman Hansen (1980) har prøvet at indramme hyggebegrebet. "*Briefly, "hygge" denotes comfort, coziness, cheerfulness, and friendliness. To be in a situation characterized by "hygge" is to be in a state of pleasant well-being and security, with a relaxed frame of mind and an open enjoyment of the immediate situation in all its small pleasures. It is a state one achieves most often with close members of one's social network – with one's family, extended family and friends.*" (Hansen, 1980:58).

Hygge kan ikke direkte oversættes til andre sprog, da det er vanskeligt at finde et fuldt dækkende ord for rart, behageligt, familiaritet, afslappet og sikkert. Selv ikke disse adjektiver kan give en fuld afklaring i forhold til alle betydninger og associationer, som hyggebegrebet inkluderer, men er delbeskrivelser der adderer til begrebets samlede hele. Situationer med hygge er ofte kendetegnede ved at være uformelle sociale situationer, hvor et mindre antal mennesker samles i hjemmet til en god stund. Men hygge kan også ske i eget selskab med de rette elementer og stemning. Individets opfattelse af hygge er ofte baseret på associationer og overbevisninger, der er grundlagt i barndommen. Det familiære og allerede velkendte har derfor stor betydning for etableringen af hygge, hvorfor hyggelige seancer kan anskues som en forholdsvis traditionel adfærd med ritualignende elementer (ibid.).

Kruuse (1965) har forsøgt at favne det flygtige hyggefænomen på følgende måde: "*I aften skal vi have en rigtig hyggelig aften. Vi skal være alene og have lidt godt mad. Det bliver tændt op i pejsen, og hunden vil ligge helt stille og lytte til de imaginære lyde, mens vi får en kop te*." (Kruuse, 1965:39). Knudsen (1996) nævner, at højsæsonen for hygge er helligdage som jul og påske, hvor

kombinationen af hygge og god mad er i højsæde. Men også weekender, fødselsdage og andre sociale begivenheder skaber lejlighed for at kunne hygge sig sammen. Mennesker samles uformelt omkring bordet til veltilberedt mad, og der bliver de siddende i timer. At sidde omkring bordet, spise og snakke er fundamentalt i relation til hygge, da det får mennesker samlet i øjenhøjde. Det udligner store forskellige og gør samtalen mere afslappet og uformel. Hygge eksisterer indenfor en afgrænset gruppe, hvor alle skal deltage i konversationen og være til stede med en vis nærværenhed. Knudsen pointerer, at det ikke er vigtigt, hvad der siges, men blot individers engagement og delagtiggørelse skaber en samhørighed, der er nødvendig i hyggelige situationer.

Opsamling

Fødevarer er som adskillige andre forbrugsgoder tillagt en mangfoldighed af betydninger og er underlagt koder af symbolske systemer, der gør valg af fødevarer til en social manifestation, hvori mønstre af sociale forhold kommunikeres. Produkter tilpasses ikke kun til den sociale sammensætning af mennesker, hvori fødevaren indgår, men også til selve situationen, således at der ved hyggelige lejligheder hører sig særlige fødevarer til, som måske ikke findes passende at spise i andre situationer. Det er vigtigt at tage højde for de sociale betydninger, som fødevarer besidder, da disse betydninger ikke kun gør det muligt at differentiere sociale grupper fra hinanden, men endvidere differentierer forskellige situationer fra hinanden. De sociale mekanismer er determinerende for, hvilke fødevarer der findes passende/acceptabelt at servere i eksempelvis hyggelige situationer.

Det essentielle i dette afsnit er at forstå de bagvedliggende dispositioner, som ligger til grund for individers adfærd. Individers fødevarevalg og praksisser kan synes frie og uafhængige, men individers adfærd kan henføres til et fælles betydningssystem, der gør det muligt at forstå individers handlinger og forbrug som større adfærdsmønstre, hvoraf forskellige livsstile kan udledes. Det er i disse adfærdsmønstre individers sociale positioner bliver tydelige, og kan skabe en øget forståelse af den adfærd, der udspiller sig ved forskellige situationer.

Dette kapitel har tydeliggjort de situationelle elementers afgørende betydning for fødevareforbruget. Er det venner og familie, der er samlet til en hyggelig middag fredag aften, så er det andre normer og praksisser, der er gældende, end når forretningsforbindelser mødes til middag på en finere

restaurant. Det familiære, trygge og uformelle måltid, der indtages inden for hjemmets fire vægge er ofte grundlaget for at hygge kan udspilles. Hyggefænomenet er forholdsvist uudforsket og litteraturen er begrænset. En stor del af den eksisterende viden om hygge er præsenteret i dette kapitel med henblik på at skabe et teoretisk fundament, som de senere empiriske undersøgelser kan tilføre yderligere viden. En hyggelig situation er konstrueret af bestemte situationselementer, der fordrer bestemte praksisser, normer og ikke mindst fødevarer, hvilket også vil blive tydeligt i det kommende kapitel 7, hvor praksisteorier præsenteres og diskuteres.

Kapitel 7

Sociale praksisser

De sociale praksisser udspiller sig på mange måder i forlængelse af de diskursive formationer i samfundet, der er regel og normgivende for individers ageren i hverdagen og samtidig sætter betingelserne for, hvorvidt individers praksisser er i trit med den ene eller anden diskurs. Eller sagt på en anden måde, så opstår hverdagens praksisser, som en serie eller sammenslutning af strukturelle adfærdsmønstre, der udover at kunne placeres inden for en given diskursiv tænkning, ydermere kan placeres i forhold til forskellige samfundsstrukturer (Bourdieu, 2005). Når individer samles omkring middagsbordet til en hyggelig aften, er den adfærd der udspiller sig forankret i sociale praksisser. En stor del af individers fødevareforbrug sker dagligt uden videre refleksion. Denne ofte ubevidste adfærd kan tilskrives forskellige sociale praksisser, der på dynamisk vis tilpasses, og samtidig er konstituerende for de situationer individet tager del i. Bestemte praksisser hører til bestemte situationer, og dette gør sig også gældende for hyggelige situationer, hvor særlige praksisser finder sted.

Dette kapitel helliger sig praksisteorien. Der gives først og fremmest en introduktion til praksisteorien, hvorefter der arbejdes mere specifikt med at forstå praksisser, og hvordan de tager sig ud i hverdagen. Bourdieus praksisteori danner udgangspunkt for den fremadrettede analyse af den kvalitative empiri, så derfor fremføres Bourdieus væsentligste aspekter af praksisteorien, der er koncentreret om individers subjektive betingelser i form af habitus, kapital og praksis, samt de objektive strukturer, som er felter i det sociale rum. På et makroniveau bidrager praksisser til at

skabe den sociale orden, som også kort berøres i dette kapitel. Afslutningsvis diskuteres socialklassebegrebet og dets berettigelse i forståelsen af menneskelig adfærd. Hensigten med dette kapitel er at skabe en forståelse af praksisbegrebet, og hvordan forskellige forbrugspraksisser tager sig ud i hverdagen. Denne viden kan bruges til at forstå de praksisser, der konstituerer hyggelige situationer og ligger til grund for de betydninger, individer tillægger den mad og drikke, der tilberedes, serveres og spises ved disse lejligheder.

Praksisteoriens udgangspunkt

En stor del af den anerkendte praksisteori synes at udspringe eller trække på Bourdieu, Foucault, Giddens, Lyotard og Taylor, der alle på forskellig vis bidrager med ny indsigt i forståelsen af, hvordan forbrug er organiseret og bedst analyseres (Warde, 2005; Reckwitz, 2002; Schatzki, 1996). Fælles for de teoretiske bidrag er interessen for hverdagslivet og livsverdenen, men tilgangene er forskellige, hvilket den brede terminologiske brug vidner om, da praksisser sidestilles med begreber som interaktioner og dispositiver. Der er dog grundlæggende enighed om selve praksisbegrebets betydning. ”*Practices are not only pivotal objects of analysis in an account of contemporary Western society, but also the central social phenomenon by reference to which other social entities such as actions, institutions, and structures are to be understood. That they specify a particular type of entity, namely practices, as the principal constitutive element in social life, does not mean that they advance ”totalizing” accounts*.” (Schatzki, 1996:11-12). Ingen af praksisteorierne er hverken individualistiske eller holistiske, men de fremfører pluralistiske og fleksible billeder af det sammensatte sociale liv, og kan derfor med fordel bruges i analyser af sociale fænomener.

Adskillige teoretiske bidrag eksisterer inden for praksisområdet, men i dette kapitel vil Theodore Schatzki, Pierre Bourdieu og i mindre omfang Anthony Giddens blive fremhævet og diskuteret. Bourdieu og Giddens er essentielle at inddrage, da Bourdieus (1984) praksisteori og Giddens (1984) strukturteori har været til inspiration for flere forskere og dannet grundlaget for en bred vifte af praksisteorier og socialteoretisk forskning. Schatzki (1996) diskuterer Bourdieu og Giddens bidrag og kommer selv med nye og inspirerende tilgange til praksisforståelsen, der på flere måder er langt mere specifik at arbejde med. Schatzkis praksisteori skiller sig lidt ud, men der kan derimod drages flere paralleller mellem Giddens og Boudieus arbejde inden for praksisområdet, da begge forskere har et syn på praksisser, der er udviklet i opposition til funktionalismen og (til dels) den rene

strukturalisme (ibid.). Især Giddens forsøger at overvinde den traditionelle dikotomi mellem handling og struktur samt objektiv og subjektiv, ved blandt andet at erkende den sociale aktørs kyndighed. I kølvandet herpå har sociologer som Alan Warde (2005, 2007), Douglas Holt (1995, 1997, 1998) og Andreas Reckwitz (2002) arbejdet videre med den etablerede praksisteori og integreret socialteorien med andre teoretiske felter, som for eksempel marketing og forbrug.

Praksisbegrebet bruges forholdsvist entydigt i denne afhandling (som hos langt de fleste forskere), men selvom ord som praksis og praktikken bruges i flæng, har de forskellige betydninger, hvilket Reckwitz konkretiserer på følgende måde. ”*Practice (Praksis) in the singular represents merely an emphatic term to describe the whole of human action (in contrast to ”theory” and mere thinking). ”Practices” in the sense of the theory of social practices, however, is something else. A “practice” (Praktik) is a routinized type of behaviour which consists of several elements, interconnection to one other: 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.”* (Reckwitz 2002:249).

En forståelse af praksisser

Schatzki (1996) er inspireret af Wittgenstein og har en social og filosofisk tilgang til praksisser som følgende indikerer: ”*Practices, in addition to being the elements and circuits forming the “flexible networks” in which the social field consists, also (1) help institute which mental states and actions humans are and can be in and (2) are the contexts in which humans acquire the wherewithal to be in these states and to perform the actions that compose practices. By virtue of the understandings and intelligibilities they carry, practices are where the realms of sociality and individual mentality/activity are at once organized and linked. Both social order and individuality, in other words, result from practices.*” (Schatzki, 1996:12-13). Denne tilgang til praksisser imødekommes af blandt andre Bourdieu (1984, 1990, 2005) og Giddens (1984), der tilslutter sig overbevisningen om, at der er et fælles og koordinerende domæne mellem mentaliteten og socialiteten.

Kontrasterende til Schatzki, hvis teoretiske bidrag tager sit afsæt i selve dannelsen af de konkrete praksisser, så lægger Bourdieu og Giddens i højere grad vægt på de samfundsstrukturer, der organiserer de sociale praksisser og regulerer praksissernes konstituerende udførelse (Bourdieu,

1984, 1990, 2005; Giddens, 1984). Bourdieu og Giddens fremfører en større strukturationsteori, hvori praksisserne blot udgør en del af en større forståelsesramme. Bourdieu fremhæver praksissernes begribelse i lyset af kroppen og den sociale placering i samfundet, således at individets praksis bør analyseres, som et resultat af interaktionen mellem det indre (habitus) og konteksten (feltet), hvori praksis udmønter sig. Giddens (1984) opmærksomhed går ligesom Bourdieu på, hvorledes praksisser funderes og udvikles i forhold til tid og rum, der opstår i feltet af strukturer. Strukturer, der både er betinget af praksisserne, og samtidig bidrager til praksissernes reproduktion. Strukturbegrebet adskiller Bourdieu og Giddens, da de har meget forskellige opfattelser heraf.

For Giddens (1984) er struktur rekursivt arrangerede regler og ressourcer, som er organiseret i institutioner, der regulerer forskellige transformationer. Hvorvidt disse transformationer overhovedet eksisterer reguleres af et sæt konditioner, som Giddens kalder strukturation. Det er konditionerne, som formidler de betingelser, der dagligt influerer individets adfærd og produktion af sociale systemer. Giddens anskuer rutiner og regelmæssighed, som den allestedsnærværende magt i hverdagens interaktioner. Bourdieu (1984) derimod har en mere raffineret refleksion af sociale praksisser og abstraherer ikke fra at belyse struktur, som del af individers sociale praksisser. Hvor Giddens opfattelse af institutioner synes noget statisk, opererer Bourdieu med felter, hvor kampen om de sociale positioner og kapitaler skaber en vis dynamik. Kapital som teoretisk koncept hos Bourdieu modsvarer Giddens ressourcebegreb.

Både Bourdieus (1984) og Giddens (1984) teorier koncentrerer sig om samfundsstrukturelle forhold, der påvirker individet, og sætter rammerne for bestemte praksisser. Schatzki (1996) derimod analyserer praksisser som isolerede enheder. I Schatzkis arbejde med praksisser fremhæves tre aspekter, som er essentielle i forståelsen af praksisser. Det første aspekt glider Schatzki let hen over, da de to følgende betragtninger vurderes vigtigere. Ikke desto mindre så er det første aspekt evnen til at lære, udvikle og mestre en praksis. Det vil sige øvelsen i at tillære og forbedre sin evne til at udføre en given handling, og dermed individets evne til, gennem kontinuerlige handlinger, at kunne udvikle en praksis. For individet indtræder øvelsesmomentet gennem hele livet, og starter helt fra barns ben, hvor det at spise med kniv og gaffel er en praksis, som kræver instruering, prøvelse og øvelse, for til sidst at blive en praksis der mestres ganske ubevidst (ibid.).

Det andet fokus Schatzki påpeger, er praksis som koordinerende enhed, hvor der er en tidsmæssig udfoldelse og rumligt splittet sammenhæng mellem det at sige og gøre, som blandt andet tilkendegives via madlavningspraksisser og fritidspraksisser. Antagelsen om sammenhængen mellem udsagn og handling/at sige og gøre, nødvendiggør en forståelse af, hvad der siges og gøres. Forståelsen kommer til udtryk via eksplicitte regler, principper, forskrifter og instruktioner, som via ubevidste strukturer, i Schatzki terminologi 'teleoaffective structure', begriber disse opgaver, afslutninger, overbevisninger, følelser og stemninger (ibid.). Sammenhængen mellem det der siges og gøres, udtrykkes i en praktisk aktivitet, hvor relationen mellem forståelse, regler/procedure og engagement forbindes til en koordinerende helhed. Denne sammenhæng mellem at sige og gøre er ikke kun forståelig for individer, der udfører praksissen, men i lige så høj grad for omgivelser og individer fra samme kultur (Reckwitz, 2002).

Den tredje del af Schatzkis praksisopfattelse er selve udførelsen af praksissen og det kontinuerlige aspekt af selve praksissen. Som Schatzki også medgiver, så er dette tredje aspekt meget i trit med den første betragtning, men selve handlingen er her i fokus. Praksisser er koordinerende helheder, der kræver en udførelse for at eksistere, så en praktisk udførelse forudsætter en praksis, hvilket både Giddens (1984), Bourdieu (1984) og Reckwitz (2002) anerkender.

Reckwitz udtrykker: "*A practice represents a pattern which can be filled out by a multitude of single and often unique actions reproducing the practice (a certain way of consuming goods can be filled out by plenty of actual acts of consumption). The single individual – as a bodily and mental agent – then acts as the "carrier" (Träger) of a practice – and, in fact, of many different practices which need not be coordinated with one another. Thus, she or he is not only a carrier of patterns of bodily behaviour, but also of certain routinized ways of understanding, knowing how and desiring. These conventionalized "mental" activities of understanding, knowing how and desiring are necessary elements and qualities of a practice in which the single individual participates, not qualities of the individual.*" (Reckwitz, 2002:250).

Med denne forståelse af praksisser er det at kalde en praksis for en social praksis på mange måder en tautologisk definition. Praksisser er i sig selv sociale og en konventionel type af adfærd, opfattelse eller forståelse af virkeligheden. Den er social i kraft af, at det er en type handling og

forståelse, der forekommer forskellige tider og steder, og udføres af forskellige individer. Alligevel er der en tendens til at bruge termen social praksis, for at understrege det sociale perspektiv.

Bourdieu erkender nødvendigheden af praksissens udførelse, førend der kan proklameres en eksistens, og er enig med Giddens og Schatzki i, at praksis produceres og reproduceres gennem handling. Enigheden blandt Schatzki, Bourdieu og Giddens om den handlingsorienterede nødvendighed i praksisforståelsen betyder, at praksisser endvidere knytter an til tid og rum, hvor en handling udføres. Praksis tager sig ud i et afgrænset tid- og rumperspektiv og består af en sammenhængende adfærd, udført af individet, hvilket indebærer at praksis også må være struktureret. En struktur der, ifølge Giddens og Bourdieu, både organiserer sociale praksisser, men også styrer praksissernes udfoldelse. For Bourdieu er det systemet af oppositioner og de sociale hierarkier, der strukturerer og organiserer tid, rum og praksisser, der udføres i overensstemmelse med individets indre habitus (Bourdieu, 2005; 1984). Mens Giddens derimod fremhæver, at de regler og ressourcer, som individet trækker på, når praksis udføres, er det medium, hvori praksisser udvikles over tid og rum (Giddens, 1984).

Endnu et fællestræk for Bourdieu, Giddens og Schatzkis praksisforståelse er, at praksisser udspringer af en bestemt kropslig ageren i samspil med en mental aktivitet, hvorfor praksissen dannes af interaktionen mellem det mentale og kropslige. En praksis krydser derfor sondringen mellem det indre og ydre af krop og sind, hvilket gør en praksis til både en kropslig rutine, men ligeså vitalt til en mental rutine. En mental rutine og aktivitet, der synes at være mere en social rutine end en individualiseret rutine (Reckwitz, 2002). For at en praksis kan udføres kræver den en særlig form for viden. Viden er essentielt for at kunne udføre en praksis, hvilket indebærer måder at forstå, ønske, begære og føle på, som i en praksis udgør et sammenhængende hele. Som en kollektiv og delt viden kan praksisser forsimples til en partikulær anskuelse og forståelse af verdenen herunder ting, fænomener, individer og ikke mindst sig selv. En forståelse af en verden der for individer er implicit samt historisk og kulturelt betinget (ibid.).

Typer af praksisser

Bourdieu (2005) og Schatzki (1996, 2001) anser forståelsen af praksisser som værende en selvorganiserende og selvformidlende mangfoldighed af aktiviteter, der er forankret og

forkropsliggjort i individet, som udfører den konstituerende aktivitet. Kroppen er bindeleddet mellem den mentale kropslige aktivitet og selve udførelsen af handlingen. For Bourdieus vedkommende vil det sige den forkropsliggjorte habitus, der grundlægger og organiserer den praktiske forståelse, mens Schatzki fokuserer på sindet, som et styrende element. Bourdieu laver ikke nogen distinktion eller kategorisering inden for de forskellige praksisser, men det gør Schatzki til gengæld.

Schatzki (1996) sondrer mellem to grundlæggende typer praksisser – *dispersed practices* og *integrative practices. Dispersed practices* er en form for praksis, der er linket til en speciel handling i form af at følge regler, forklare, beskrive, stille spørgsmål, rapportere eller eksaminere. Det kan blandt andet være at afgive en bestilling, at spille ludo, at forklare vej eller følge en madopskrift. Udførelse af praksisser af denne art kræver naturligvis en evne til at kunne identificere en praksis, og forstå hvordan praksis på en passende måde udføres for også at være i stand til at respondere. Evnen til at kunne mestre praksisser kan sidestilles med at have den nødvendige viden/knowhow. *Dispersed practices* er praksisser, der fungerer på tværs af forskellige områder af det sociale liv, og er mere spredte i brugen end *integrative practices*.

Integrative practices er mere specialiserede og komplekse former for praksisser, der finder sted inden for bestemte områder af det sociale liv, som for eksempel at dyrke landbrug, undervise skolebørn eller lave finere fransk gourmet mad. *Integrative practices* adskiller sig fra *dispersed practices* ved at være mere specifikke i forhold til, hvornår de bruges, og dermed også afgrænsede til særlige situationer. Ligesom *dispersed practices* er der en forbindelse mellem handling og ord, og det er en forudsætning af kunne følge de eksplicitte regler og procedurer i forhold til praksis. Det er vigtigt, ikke at anskue *integrative practices* som sammensatte enheder af *dispersed practices*, der blot forbindes til at udgøre en *integrative practice*. Der er selvfølgelig områder, hvor flere *dispersed practices* mødes i *integrative practices*, da de til tider transformeres gennem en indbyrdes inkorporering, og derfor kan en given praksis af og til placeres inden for begge praksistyper.

Bourdieus praksisteori

Schatzkis (1996) praksisteori har stor fokus på konstitutionen af praksisser, samt hvordan det er muligt at kategorisere praksisser i henholdsvis *dispersed practices* and *integrative practices*.

Bourdieu tager derimod en helt anden indgangsvinkel til praksisforståelsen. Bourdieus (1990, 1984, 2005) teori er ikke blot en praksisteori i sin enkelhed, men en samfundsanskuelse, hvori praksisser udgør et vigtigt element i produktionen og reproduktionen af de samfundsmæssige strukturer. I Bourdieus socialvidenskabelige analyse af praksisser søger han blandt andet at forstå, hvordan det praktiske liv, som socialt og historisk produkt, tager sig ud i spændet mellem individers subjektive repræsentationer og de samfundsskabte objektive strukturer. Bourdieu forsøger at løse samfundsvidenskabernes klassiske dikotomier subjektiv/objektiv og handling/struktur ved at kombinere forestillingen om kampen om ressourcer med en strukturel organiseret habitus, for derved at forstå, hvordan praksisser skabes og reproduceres i overensstemmelse med de indre og ydre betingelser (ibid.).

De underliggende individuelle betingelser i samspil med de objektive strukturer er essentielle i Bourdius forståelse af praksisser. ”*Because it can only account for practices by bringing to light successively the series of effects which underlie them, analysis initially conceals the structure of the life-style characteristic of an agent or a class of agents, that is, the unity hidden under the diversity and multiplicity of the set of practices performed in fields governed by different logics and therefore inducing different forms of realization, in accordance with the formula: [(habitus) (capital)] + field = practice.*” (Bourdieu, 1984:101).

Bourdieus analyser er baseret på en omfattende empiriindsamling foretaget i Frankrig i starten af 1960’erne, hvor der gøres brug af spørgeskema, dybdeinterviews og etnografiske observationer på tværs af demografiske karakteristika. Analyserne tydeliggør, at socialgruppernes forskelligheder giver sig til udslag i forskellige mønstre af praksisser og forbrug på tværs af sociale grupper. Bourdieus socialklassebegreb har været til stor diskussion, men nyere forskning viser, at socialklassebegrebet stadig er relevant til forklaring af menneskelig adfærd. (Henry, 2005; Henry og Caldwell, 2008; Holt, 1997, 1998; Allen, 2002). Bourdieus praksisteori og konceptapparat er omfattende men interessant, da flere af Bourdieus konklusioner, som eksempelvis den større tendens til overvægt blandt lavere socialgrupper, bekræftes af senere tids undersøgelser af danskernes fødevareadfærd (ATV, 2007; Nordic Plan of Action, 2006; Kjøller et al., 2007). Bourdieus teori kan derfor bidrage til en yderligere forståelse af nogle af nutidens problematikker, jf. afhandlingens problemstilling.

De subjektive betingelser – habitus, kapital og praksis

I forståelsen af praksissernes udfoldelse er en væsentlig del samspillet mellem det indre og det ydre, der er grundlaget for at frembringe den iagttagede orden. Bourdieus (1990, 1984, 2005) praksisteori tager sit afsæt i samfundets sociale strukturer, inden for hvilke individets livsbetingelser fastlægges. Individets livsbetingelser, og heraf afledte livsstil, styres af individets habitus, som er en forkropsliggjort dispositionsmekanisme, der er prædefineret til at frembringe og strukturere praksisser. Habitus kan defineres som et system af dispositioner, hvor organiserede handlinger skaber struktur og tydeliggør individets prædispositioner for fremtidige praksisser. Den er betinget af livsvilkårene og dermed et produkt af individets historiske baggrund og kultur, så individer fødes med en given habitus, som er fastlagt, men ikke mere fastlagt end at den udvikles og påvirkes gennem livet. Habitus forener praksis med en følelse af sammenhæng og mening, og fastlægger herigennem individets tilhørsforhold til en bestemt socialklasse, der synliggøres gennem individets livsførelse (ibid.). De forskellige habituser producerer forskellige meningsfyldte fødevarepraksisser, og derfor giver det mening for nogle individer at sætte slik og chips på bordet ved hyggelige lejligheder, mens andre individer tager afstand fra en sådan praksis og serverer i stedet tørret frugt og nødder.

Selvom habitus ikke er det eneste princip, som ligger til grund for praksis, så findes der ikke én praksis, der ikke hviler på en habitus. Måden vi går, taler og spiser på er alle praksisser, som habitus frembringer, men også hvilke fødevarer vi finder spiselige, hvilke vi afskyr, og hvordan vi finder det naturligt at tilberede, servere og indtage forskellige måltider. Disse praksisser tager afsæt i en ofte automatiseret og instinktiv adfærd, der kan virke så selvindlysende og ledsaget af et minimum bevidst årvågenhed. Men des mere fuldkomment individer behersker praksisser og de principper, der gør dem i stand til at opfatte, begribe og handle ifølge en given logik, desto mindre behov er der for at besidde en bevidst beherskelse af disse principper. For eksempel en praksis som at spise med kniv og gaffel. Fra barnsben socialiseres individet til en passende adfærd omkring bordet, hvilket indebærer brugen af kniv og gaffel. Denne praksis tillæres løbende og bliver en så inkorporeret adfærd hos individet, at den udføres ganske ubevidst. Modsætningsvis vil individet givetvis være langt mere bevidst om adfærden, hvis selvsamme måltid pludseligt spises med pinde eller fingrene, som tilfældet er i nogle kulturer.

Praksisser udspringer ikke blot af habitus, men tilpasses de objektive betingelser, og dermed bliver praksis et produkt af relationen mellem habitus og situationen. Som Bourdieu udtrykker: *"Denne habitus skal som nævnt forstås som et system af varige og transponerbare dispositioner, der ved at integrere alle tidligere erfaringer til enhver tid fungerer som en oplevelses-, en vurderings- og en handlingsskabelon."* (Bourdieu 2005:202). Habitus hviler altså på regelbundne improvisationer og frembringer praksisser, der reproducerer de regelmæssigheder, men ligeledes tilpasser sig de situationelle krav og betingelse. Der kan derfor ikke redegøres for praksisser medmindre de forbindes til strukturen eller relationen. Eksempelvis vil det ikke være muligt at forstå fødevarepraksisser, medmindre der er kendskab til konteksten, hvori praksisserne finder sted. Som belyst i kapitel 6, er der store forskelle på praksisser afhængig af om en middag nydes hjemme eller på restaurant, og hvorvidt middagen nydes med nære venner eller mere formelle forretningsforbindelser.

Eksistensbetingelser af identisk art har en tendens til at frembringe mere eller mindre ensartede dispositionssystemer og en harmonisering af praksisser, der er kendetegnet ved en vis regelmæssighed. Regelmæssighed gør at individer, som medlem af samme gruppe, dvs. at de behersker tilsvarende fortolknings- og handlingssystem, oplever en indlysende selvfølgelighed ved de praksisser, som udøves i en situationel kontekst. Praksisserne i gruppen er objektivt overensstemmende trods fravær af en direkte interaktion individer imellem, hvilket kan tilskrives gruppe- eller klassehabitusernes objektive harmonisering. Dermed foregår der en vis bevidst og ubevidst koordinering af praksisser. I tilfælde af uoverensstemmelse mellem denne koordinering og mellem to individer, bør en konflikt i virkeligheden anskues, som et sammenstød mellem to forskellige habituser eller dispositionssystemer, som eksempelvis kan være sproglige eller kulturelle kompetencer. Eksempelvis vil en praksis som servering af vin til maden på hverdage være en selvfølgelighed for nogle grupper af mennesker, mens andre vil opleve denne praksis som tilhørende en speciel lejlighed. Noget der er lidt ud over det sædvanlige. Mødet mellem disse individer vil øjensynligt forårsage en konflikt grundet deres forskellige dispositionssystemer.

Centralt for Bourdieu er, at habitus afhænger af individets tilhørsforhold til en given socialklasse, hvilket blandt andet bestemmes af de strukturelle relationer mellem relevante kapitaler og stratificerende egenskaber som alder, køn, uddannelse, beskæftigelse, indkomst samt geografisk placering. Bourdieu arbejder især med en social, kulturel og økonomisk kapital og påpeger, at

kapital er en social relation, som en energi, der kun har sin eksistensberettigelse inden for det felt, hvori den er produceret og reproduceret. Hver af de egenskaber, der tilknyttes en klasse, er givet sin værdi og virkekraft i forhold til det specifikke felt, der opereres på. Det, der definerer og adskiller de forskellige socialklasser fra hinanden, er værdien af den objektiviserede og internaliserede kapital i form af de nævnte kapitalformer og habitus. ”*This means, concretely, that the social rank and specific power which agents are assigned in a particular field depend firstly on the specific capital they can mobilize, whatever their additional wealth in other types of capital (though this may also exert an effect of contamination).*” (Bourdieu, 1984:113).

Individets kapitalmæssige position er afgørende for individets placering i det sociale hierarki, men summen af kapitalformerne består både af den medfødte iboende/arvede kapital og den tilegnede kapital. Den medfødte kapital vurderes som værende den stærkeste kraft, da den kapitalmæssige ballast, som individet erhverver fra barns ben, er determinerende for den kapital, der igennem livet tilegnes (Bourdieu, 1984). Et eksempel herpå er nydelse af visse forholdsvis eksklusive fødevarer, som for eksempel trøfler, østers og kaviar, der kræver en høj kulturel kapital for at forstå de betydninger og værdier, disse fødevarer tillægges og samtidig være i stand til at nyde dem. Der vil være forskel på individers opfattelse heraf afhængig af positioneringerne i det sociale hierarki, og om individer besidder en høj medfødt eller erhvervet kulturel kapital. Ligeledes vil der være forskel på den relative vægt mellem kapitalformerne i forhold til de felter og situationer, der opereres på. Den økonomiske kapital kan have stor betydning i én sammenhæng, mens den uddannelsesmæssige eller kulturelle kapital er af størst betydning i andre henseender. Især den kulturelle kapital manifesteres i forbrug af fødevarer og i de partikulære konventioner, der knytter an til smag og fødevarepraksis (ibid.).

De sociale positioner og karakteristika mellem to interagerende parter eller en gruppe af mennesker benævnes relationsstrukturen, og er af afgørende betydning for, hvordan praksis tager sig ud (Bourdieu, 2005). I relationssystemet skal individet eller klassen ikke udelukkende forstås, som en statistisk inddeling af befolkningen, men mere som en gruppe af individer, der besidder ensartede klassehabituser i form af strukturer, perceptions-, forstands- og handlingssystemer. Der er altså en mangfoldighed i homogeniteten, der kendetegner de forskellige habituser hos medlemmerne af én og samme gruppe, der konstituerer mulighedsbetingelserne for meningsforståelse.

Relationsstrukturen mellem mennesker har betydning for, hvorledes kommunikationsindholdet i form af kropssprog, adfærd, tonefald, sprog og andre udtryksformer ubevidst modificeres til den sociale sammenhæng og deltagernes sociale position. Jo bedre kendskab individerne har til hinanden, jo mere åbenlys er den relationsstruktur, der råder mellem parterne, hvilket gør afkodningen af sociale tegn mindre nødvendig. Den kontinuerlige ubevidste afkodning af tegn sikrer, at praksisformer justeres mellem individer, således at forventninger og reaktioner afbalanceres, og derfor fungerer den praktiske kundskab, som en selvregulerende mekanisme. Afkodningen og den umiddelbare forståelse bliver kun fyldestgørende i de tilfælde, hvor afsender og modtager har identiske kompetencer, og gør brug af disse i den kommunikative praksis (ibid.). Den fælles forståelse af tegn og kodesystemer, som eksisterer inden for en gruppe, gør gruppens medlemmer i stand til at kommunikere og forstå bestemte betydninger, som eksempelvis signaleres gennem tilberedning og servering af fødevarer.

De objektive strukturer – felter og det sociale rum

Det er de objektive strukturer, der definerer de sociale produktionsbetingelser, som en given habitus fungerer under, hvor interaktion mellem habitus og de objektive strukturer smelter sammen i praksisser. Der sker en yderliggørelse af det indre og inderliggørelse af det ydre (Bourdieu, 2005). Relationen mellem det sociale individ og omverdenen er for Bourdieu en relation mellem habitus og de objektive strukturer. Det refererer til de socialt konstituerede principper for opfattelse og vurdering, der skaber mening i den verden, de er bestemmende for. Denne meningsskabende kohærens skabes inden for forskellige felter, som Bourdieu betegner dem. Feltbegrebet skal ikke forstås, som et særskilt og afgrænset område, hvor sociale interaktioner finder sted, men derimod som et dynamisk felt, hvor de kontinuerlige kampe mellem socialgrupper skaber intensitet. Ethvert felt, som blandt andet kan være sport, politik, kunst, religion, uddannelse, erhverv og mad, er derfor et delvist autonomt interaktionsfelt, men også et felt, hvor der kæmpes om positioner. Positioner er bestemt af aktørernes besiddelse og allokation af de respektive kapitaler. Felterne defineres derfor som et system af magtforholdets objektive relationer imellem de sociale positioner. Inden for disse felter produceres og reproduceres de objektive strukturer, som resultat af kampene om kapitalerne og de sociale positioner (Bourdieu, 1984).

Samspillet og koordinationen mellem individet/habitus og samfundet/felterne er en kompleks affære, som på glimrende vis indfanges i Merleau-Ponty (1963) fyldestgørende citat. ”*For the*

player in action the soccer field is not an "object", that is, the ideal term which can give rise to an indefinite multiplicity of perspectival views and remain equivalent under its apparent transformations. It is pervaded with lines of force (the "yard lines"; those which demarcate the "penalty area") and is articulated into sectors (for example, the "openings" between and adversaries) which call for a certain mode of action and which initiate and guide the action as if the player were unaware of it. The field itself is not given to him, but present as the immanent term of his practical intentions; the player becomes one with it and feels the direction of the "goal" for example, just as immediately as the vertical and the horizontal planes of his own body. It would not be sufficient to say that consciousness inhabits this milieu. At this moment consciousness is nothing other than the dialectic of milieu and action. Each maneuver undertaken by the player modifies the character of the field and establishes new lines of force in which the action in turn unfolds and is accomplished, again altering the phenomenal fields." (Merleau-Ponty, 1963:168-169).

Felterne og de sociale positioner eksisterer i det sociale rum, som Bourdieu benævner den sociale verden (Bourdieu, 1984). Det sociale rum er arenaen, hvor objektive strukturer produceres og reproduceres i forhold til de forskellige dele af dette rum. Praksisser, der udføres i dette rum eller specifikke felt, er et produkt af forholdet mellem habitus og det partikulære felt.

Den sociale orden

I kraft af og på tværs af de sociale praksisser skabes den sociale orden, der på flere måder giver en overordnet forståelse for individers adfærd. Den sociale orden former adfærd og betydning ved at tilpasse den praktiske forståelse, der regulerer aktiviteter. Praksisser bør derfor ikke anskues som isolerede elementer, men ses i lyset af et større makroperspektiv, hvor praksissernes indbyrdes samspil skaber den overordnede mening og orden (Bourdieu, 1990). Relationer mellem individer, samt individer og objekter imellem, eksisterer kun gennem praksisser, hvorigennem sameksistens og orden manifesteres. De forskellige praksisser, som udspilles ved bestemte sociale lejligheder, som eksempelvis når familie og venner mødes til hjemlig hygge, skal derfor vurderes i lyset af den overordnede sociale orden, som praksisserne er konstituerende for.

Praksisser er ikke blot en regulerende instans, der sikrer en fælles anordning på tværs af individer, men praksisser giver i lige så høj grad en indsigt i det sociale liv og orden. Gennem praksisser

konstrueres socialiteten og herigennem åbnes der også op for den mere komplekse sociale orden, der ikke umiddelbart er tilgængelig (Schatzki, 1996). En forståelse af praksissernes socialitet er en indgangsvinkel til at belyse den sociale orden ved forskellige sociale fænomener, som for eksempel hyggefænomenet og den rolle fødevarerne spiller ved hyggelige lejligheder.

Når ordet 'social' bruges, refererer det til forskellige aspekter af den humane sameksistens, og 'orden' henviser til en organisering af forskellige enheder, som hver især er tillagt mening og en bestemt placering. Et fænomen er socialt, når det relateres til individers sameksistens. Derfor må 'den sociale orden' betyde en organisering og sameksistens af individers liv og af de ting, som individer omgiver sig med (Schatzki, 1996, 2001). Schatzki definerer den sociale orden som følger: "*On the basis of this intuitive conception, social order can be defined as arrangements of people and the organism, artifacts, and things through which they coexist*." (Schatzki, 2001:43). Al social eksistens indebærer en social orden, ligesom alle sociale formationer består af en bestemt ordning af individer, der foretager koordinerede handlinger, der manifesterer deres partikulære relation og identitet i position til hinanden.

'Socialitet' betegner derimod en dimension af sameksistens i det menneskelige liv, der ofte er knyttet til en given kontekst. Enhver form for socialitet er en form for sameksistens, hvilket favner en social orden, således at individer og ting har plads og betydning i forhold til hinanden (Schatzki, 1996, 2001). Den sociale orden er et allestedsnærværende element af en socialitet, der finder sted i det sociale felt eller rum. (Bourdieu, 1984). For Bourdieu skabes den sociale orden implicit og ganske naturligt inden for de forskellige felter, hvor socialklasserne kæmper deres kampe. Det er ikke praksisser i sin enkelhed, der skaber social orden, men derimod er den sociale orden et resultat af socialklassernes indbyrdes positionering, hvilket naturligvis også manifesteres via de praksisser en given habitus og social placering implicerer.

Reckwitz (2002) fremhæver, at den sociale orden ikke blot ligger i de gensidige forventninger, som individer deler, men den sociale orden er forankret i kollektive og symbolske strukturer, som en form for fælles viden, der giver sig til udtryk i individers fælles forståelse af verdenen. "*The conclusion: if practices are the site of the social, then routinized bodily performances are the site of the social and – so to speak – of "social order". They give the world of humans its visible orderliness.*" (Reckwitz, 2002:251). De sociale praksisser regulerer både de betydninger,

organiserede objekter tillægges, men også den adfærd, der udspiller sig ved forskellige lejligheder, og som grundlæggende finder sted inden for den sociale orden.

Socialklasser, praksisser og forbrug

Udførelsen af bestemte praksisser fordrer ofte brugen af specifikke ting eller produkter. Forbrug gennemsyrer mange situationer, og forbrugsbegrebet kan synes allestedsnærværende. Jeg tilslutter mig Wardes definition på forbrug: "*I understand consumption as a process whereby agents engage in appropriation and appreciation whether for utilitarian, expressive or contemplative purposes, of goods, services, performances, information or ambience, whether purchased or not, over which the agent has some degree of discretion.*" (Warde, 2005:137).

Forbrug er en essentiel del af praksisser. Et eksempel på hvordan bestemte praksisser og situationer implicerer brugen af specifikke produkter, er de ritualiserede højtider, som jul og påske, hvor praksisser og den traditionelle servering af bestemte madretter er konstituerende for højtiden og situationen. Fødevarer kan opfattes som kulturelle symboler, der anvendes på en speciel måde og derigennem bliver en vigtig del af praksissernes reproduktion og det sociale grundlag. Som Reckwitz udtrykker: "*The stable relation between agents (body/mind) and things within certain practices reproduces the social, as does the "mutually" stable relation between several agents in other practices. Moreover, one can assume that most social practices consist of routinized relations between several agents (body/mind) and objects. At any rate, the social is also to be located in practices in which single agents deal with objects (besides, also in practices in which a single agent deals only with himself, with neither other subjects nor objects) and in this sense also the objects – television sets, houses and brownies – are the place of the social insofar as they are necessary components of social practices.*" (Reckwitz, 2002:253).

Hvilke fødevarer, der findes passende at spise i forskellige situationer, samt den måde de inddrages på, reguleres i forhold til praksissernes konventioner, som afviger socialgrupperne imellem (Bourdieu, 1984). Praksissernes konventioner styrer individers adfærd og forbrug, og derfor er mønstre og uligheder i forbrug, imellem og inden for grupper, måder hvorpå praksisser er organiseret frem for et resultat af en individuel beslutning (Warde, 2005). Bourdieus arbejde med praksisser og forbrug tager sit afsæt i en klassebetragtning, men det er Bourdieu ikke ene om. En

del sociologiske studier lavet af blandt andre Veblen, Simmel, Warner og Weber i perioden 1920-1970 koncentrerer sig om socialklasser, og hvordan forbrugsmønstre etableres på tværs af socialklasser og er med til at afgrænse socialklasser fra hinanden (Holt, 1998; Henry og Caldwell, 2008). I flere af studierne er der redegjort for, hvordan forskellige socialiseringsprocesser inden for de forskellige klasser med tilsvarende sociale og historiske konditioner, er medvirkende til at skabe bevidste og ubevidste præferencestrukturer hos individer, samt hvordan forbrugsmønstre produceres og reproduceres i henhold til socialklasserne (ibid.).

Gennem de seneste 30 år er den senmoderne, og nok især postmoderne, opfattelse af den sociale organisering i samfundet, eller mangel på samme, eskaleret, og der er blevet stillet spørgsmålstegn ved brugen af socialklassebegrebet som forklarende perspektiv for menneskelig adfærd (Holt, 1998). Samtidig viste undersøgelser opsigtvækkende resultater, da klare indikatorer inden for socialklassebegrebet, som for eksempel indkomst, i nogle undersøgelser ikke var positivt korrelerende med klasse (Henry og Caldwell, 2008). I takt med udviklingen i de vestlige lande satte dette skub i mistilliden til klassebegrebet, der blev vurderet utidssvarende at bruge, da flere vestlige samfund oplevede stigende velstand i arbejderklasse, stigende tilgang til de formelle uddannelser og dertil kom massemediernes indflydelse på den brede befolkning. Det sociale klassifikationssystem tiltrak en del kritik, og der var ikke længere enighed om, hvilke komponenter som skulle indgå i et klassifikationssystem for at indfange forandringer i de sociale strukturer.

Selvom der er enighed om, at klassebegrebet er et multidimensionalt begreb, så er der den dag i dag fortsat ikke enighed om et standardiseret klassifikationssystem (ibid.). Eksempelvis kan nævnes, at Allen (2002) bruger uddannelse, forældres beskæftigelse, familiens indkomst samt livsstils og kulturelle faktorer til at udlede klasseniveau. Holt (1998) anvender udelukkende uddannelse og beskæftigelse i klasseinddelingen, når han forsøger at forstå individers smag og forbrugspraksisser på tværs af flere produktkategorier, som mad, tøj, musik og ferier. Henry (2005) vælger ganske enkelt kun at bruge beskæftigelse til kortlægning af klassetilhørsforhold.

Det kan sætte spørgsmålstegn ved brugen af Bourdieus klasseforståelse i analyser af individers forbrugspraksisser. Når Bourdieu så alligevel har nogle relevante og interessante teoretiske synspunkter, der gør det muligt at forstå individers praksisser og forbrug ud fra et socialt, kulturelt og historisk perspektiv, kan det tilskrives flere af de nyere studier, der bekræfter relevansen af de

sociale klasseforhold til forståelse af forskellige forbrugspraksisser (Henry, 2005; Henry og Caldwell, 2008; Holt, 1997, 1998; Allen, 2002). Henry og Caldwell understreger: ”*The bottom line is that a set of co-occurring holistic lived conditions tends to follow a predictable trajectory from childhood through adult maturation that creates outcomes such as distinctive dispositional tendencies, and a range of wellbeing outcome such as health, wealth and consumption practices.*” (Henry og Caldwell, 2008:401-402).

Inden for sundhed og fødevareområdet er der stor fokus på socialklasseforskel, da flere studier viser, at den sociale position i samfundet har en afgørende betydning for individets daglige livsførelse. Individer fra de højere socialklasser lever generelt sundere, og der er blandt de øvre socialklasser mindre forekomst af overvægt og fedme sammenlignet med de lavere socialklasser (Kjøller et al., 2007; ATV 2007). Undersøgelserne, som ofte er faktuelle, koncentrerer sig om de talmæssige beregninger, der angiver forbrug af blandt andet sukker, fedt, grøntsager, frugt og alkohol fordelt på forskellige grupper (ibid.), men går ikke skridtet videre og forsøger at forstå, hvordan der, med udgangspunkt i individers sociale tilhørsforhold, kan være divergerende forståelser og betydningsdannelser, der udtrykkes via individers praksisser. Klasseforhold, og de bagvedliggende komponenter til bestemmelse heraf, bør ikke negligeres, men derimod bruges som fortolkningsværktøj til at give en større indsigt i individers overbevisninger og praksisser. Derfor vil Bourdieus socialklasseteori blive inddraget i de kommende kvalitative analyser.

Opsamling

En teoretisk udlægning og diskussion af udvalgte praksisteorier er præsenteret i dette kapitel. I et større samfundsmæssigt perspektiv skaber interaktionen mellem praksisser den sociale orden, hvor praksissernes særskilte og indbyrdes samspil i kraft af den sociale orden bliver meningsfuld. Relationen individer imellem eksisterer kun gennem praksisser, da de sociale praksisser både regulerer de betydningskonstruktioner, som eksisterer i individers hverdag, men også adfærden som blandt andet udspiller sig i hyggelige situationer.

Det essentielle i dette kapitel er både at forstå den sociale orden, som praksisserne skaber, men ligeledes at skabe en konkret forståelse af, hvad en praksis er, og hvordan praksis etableres i spændingsfeltet mellem individ og samfund. Schatzkis (1996, 2001) praksisforståelse tager sit afsæt

i selve konstitueringen af praksis, hvor Schatzki fremhæver nogle nødvendige forudsætninger, som skal være til stede førend en praksis opstår. Det er blandt andet evnen til at lære, udvikle og mestre en praksis, sammenhængen mellem det at sige og gøre, samt selve praksisudførelsen og det kontinuerlige aspekt af at foretage en handling. Bourdieu (1984, 1990, 2005) derimod har en mere holistisk praksistilgang og anskuer praksisser som et vigtigt element i produktionen og reproduktionen af de samfundsmæssige strukturer, inden for hvilke individet agerer. Bourdieus praksisteori er en relativ omfattende samfundsanskuelse, der kan være vanskelig at udlægge på en simplificeret måde. Det har været min hensigt i dette kapitel at give en forholdsvis kort, men stadig fyldestgørende forståelse af Bourdieus primære teoretiske koncepter og tanker, da denne teoretiske forståelse udgør fundamentet for den empiriske analyse af afhandlingens kvalitative undersøgelse.

Afhandlingens kvalitative analyse har til formål at give en indsigt i hyggefænomenet og de relaterede fødevarepraksisser. I denne analyse vil Schatzkis praksistyper, *dispersed practices* og *integrative practices*, samt Schatzkis praksisforståelse kort blive inddraget, men ellers vil det primære teoretiske analyseapparat bestå af Bourdieus praksisanskuelse. Fra Bourdieus praksisteori er især socialklassebegrebet interessant, hvor Bourdieu fremhæver, at individers sociale og historiske livsbetingelser er determinerende for de praksisser, der med stor selvfølgelighed indgår i hverdagslivet. Identiske livsbetingelser har en tendens til at frembringe mere eller mindre ensartede dispositionssystemer og praksisser, men det interessante ligger i de forskellige historiske og sociale livsbetingelsers, der kan fungere som forklarende for produktionen af divergerende praksisser. Dette er et væsentligt aspekt af Bourdieus praksisteori, som vil blive inddraget i den empiriske analyse af afhandlingens kvalitative undersøgelse i kapitel 11 og 12. Men inden den kvalitative undersøgelse introduceres, præsenteres i de næste kapitler afhandlingens kvantitative undersøgelse og resultater.

Kapitel 8

Kvantitativ undersøgelse af hyggelige situationer

Som det blev tydeliggjort i kapitlerne 3, 4 og 5, så har senmodernismen skabt nye betingelser for forbruget og den individuelle udfoldelse. Det øgede fokus på den kropslige fremtræden forstærkes af individers bekendelse til de mange sundhedsoverbevisninger, og et forsøg på at navigere på et fødevaremarked med utallige tilbud og muligheder. Fødevarer og sundhed indtager en central rolle i individers hverdag, og de mangfoldige informationer, der eksisterer på markedet, medfører, at individet konstant konfronteres og påvirkes af fragmenteret og ofte udokumenteret viden. Men trods interessen og motivationen for at leve sundt, så gøres der også plads til hedonistiske udskejelser. Hedonismen har vundet indpas i mange individers hverdag, hvor individerne på forskellige måder skaber balance mellem sundhed og nydelse af usunde fødevarer. Den gode smag og nydelse finder berettigelse i nogle situationer frem for andre, hvor især ferier, helligdage, weekender og specielle begivenheder er situationer, hvor hverdagens 'sundhedsregler' brydes til fordel for nydelse (Luomala et al., 2004, 2006). Situationen har afgørende indflydelse på individers forbrug af fødevarer. Sociale lejligheder, hvor individer samles til en hyggelig stund, er situationer, hvor bestemte fødevarer finder vej til spisebordet. Det situationelle aspekt af fødevareforbruget i hyggelige situationer vil afhandlingens kvantitative undersøgelse se nærmere på.

I dette kapitel præsenteres de metodemæssige overvejelser og valg i forbindelse med afhandlingens kvantitative undersøgelse af hyggelige situationer. Efter præsentationen af undersøgelsens genstandsfelt og formål introduceres spørgeskemaets opbygning, samt hvordan forskellige

situationer og koncepter er operationaliseret. Desuden gennemføres en konfirmativ faktoranalyse med henblik på at vurdere operationaliseringernes reliabilitet og validitet. Afslutningsvis kommenteres på dataindsamlingsmetoden og den kvalitative vurdering af undersøgelsens reliabilitet og validitet.

Baggrund for undersøgelsen

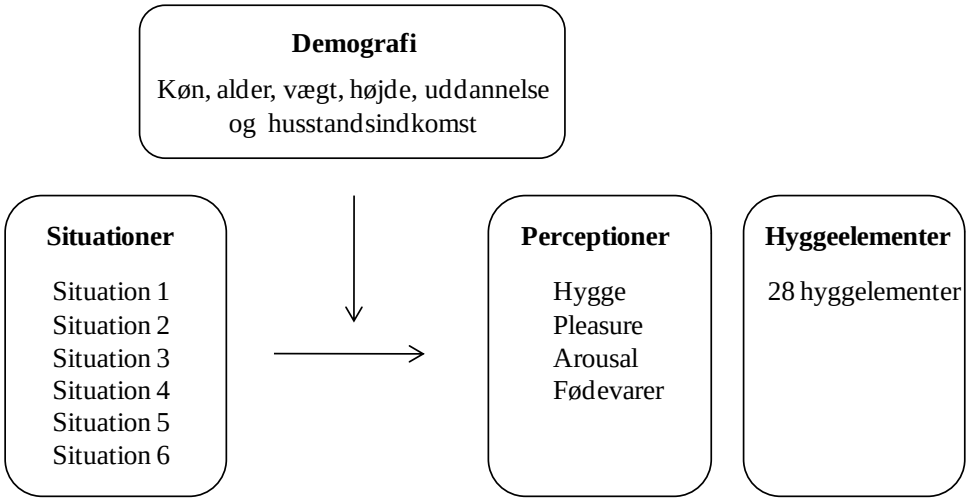
Hygge er et abstrakt fænomen, som der endnu ikke findes en fyldestgørende teoretisk forståelse af, på trods af at flere forfattere på forskellig vis har berørt området (Hansen, 1980; Knudsen, 1996; Kruuse, 1965; Reddy, 1998). Den kvantitative undersøgelse koncentrerer sig om hyggefænomenet ved først og fremmest at søge en forståelse for de forskellige elementer, der er konstituerende for hyggesituationer, og som skaber fundamentet for de praksisser, der udfoldes i hyggen. Den første del af undersøgelsen har til hensigt at skabe en større forståelse af hyggefænomenet. Derefter undersøges, hvordan forskellige hyggesituationer har indvirkning på de fødevarer, der findes passende at spise ved disse lejligheder.

Derfor har spørgeskemaet to formål, (1) at skabe en større indsigt i hyggefænomenets betydning og konstituering, samt (2) at undersøge hvilke fødevarer, det findes mere eller mindre passende at spise i hyggesituationer.

Med undersøgelsens formål i mente har spørgeskemaet den fordel, at nå ud til en bred gruppe af mennesker og adskiller sig fra kvalitative metoder ved at teste allerede prædefinerede kategorier (McCracken, 1988a). Spørgeskemaundersøgelsen frembringer mere eller mindre standardiserede registreringer, og det giver mulighed for at lave komparationer mellem flere grupper eller scenarier, hvilket der gøres brug af i denne afhandling. Da spørgeskemaets fokus er forholdsvis låst vil resultaterne være mere forklarende end forstående. I afhandlingen søges der både en forklarende og forstående indsigt i problemstillingen, og derfor vil der blive reflekteret over analyseresultaterne med henblik på den fremadrettede brug i afhandlingens kvalitative undersøgelse.

Spørgeskemaet i hovedtræk

Hyggefænomenet er det centrale genstandsfelt for undersøgelsen og udgør den gennemgående platform i spørgeskemaet. Den første del af spørgeskemaet er bygget op omkring seks situationer, der er konstrueret til at repræsentere forskellige hyggelige/ikke-hyggelige situationer. Forståelsen af det abstrakte fænomen, hygge, findes i dets mangfoldighed, og derfor er det relevant at forstå fænomenets begrænsning. Med det udgangspunkt er de seks situationer konstrueret i spændet mellem hyggelig/ikke-hyggelig, som giver mulighed for at foretage relative betragtninger. Efterfølgende introduceres udvalgte situationsvariable i form af elementer, der kan relateres til hyggen. Spørgeskemaet afsluttes med demografiske spørgsmål.



Figur 8.1 Spørgeskemaets opbygning

I figur 8.1 er spørgeskemaets hovedtemaer og opbygning illustreret. Til hver af de seks situationer undersøges spørgeskemadeltagernes perceptioner indenfor udvalgte områder. De demografiske karakteristika inddrages som modererende variable, der skaber mulighed for at bryde data ned i mindre grupper og dermed konstruere forskellige segmenter, hvor relative perceptioner kan udledes. De 28 hyggeelementer har til formål at give en indsigt i hyggens manifestering og inddrages uafhængigt af de seks situationer. De er alle nøje udvalgt med baggrund i situationsbestemte karakteristika, som jeg også vil komme ind på i det følgende.

De seks situationer

I spørgeskemaet præsenteres deltagerne for seks manipulerede situationer, der har til hensigt at repræsentere seks forskellige fortællinger med varierende grader af hygge. Hyggefænomenet er forholdsvis uudforsket i litteraturen, så inden de seks situationer blev konstrueret, var det et naturligt valg at supplere den litterære forståelse af hygge med et pilotstudie, der havde til hensigt at bidrage med en yderligere indsigt i, hvad individer forstår ved hygge.

Pilotstudiet blev foretaget i et større indkøbscenter i København (Frederiksberg Centeret), hvor ti tilfældige danskere blev udvalgt. Hygge som kulturelt fænomen må formodes at være kendt på tværs af demografiske personkarakteristika, og da pilotstudiets formål var at skabe en generel forståelse for hyggefænomenet, blev der ikke taget særligt hensyn til deltagernes køn, alder, uddannelse mv. Hygge stifter man som udlænding bekendtskab med ved længere besøg eller ophold i Danmark. Begrebet er så kulturelt forankret, at det kræver tid at forstå begrebets betydning til fulde. Derfor blev kun deltagere af dansk herkomst udvalgt. Deltagerne blev spurgt om, hvad de umiddelbart forbandt med hygge og allerede efter få interviews stod det klart, at deltagerne havde en meget ensartet opfattelse af hygge. Efter ti interviews var der opnået en nødvendig mæthed i datamaterialet (McCracken, 1988a). Svarerne blev optaget på en audiooptager, og nedenstående brudstykker af sætninger er et udpluk af deltagernes svar (tabel 8.1).

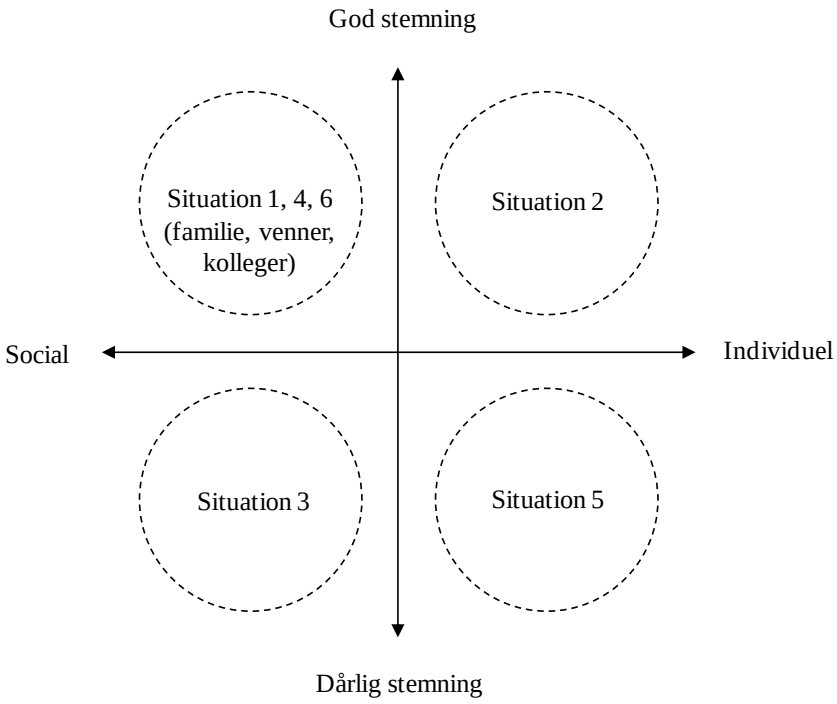
	Pilotstudie
Hygge	Sammen med dem man holder af, stearinlys, afslapning, det modsatte af stress, rammerne - familie og venner er vigtige, en god stemning, god mad, fritid, sommerhus, hygge med familie, venner og sig selv, god middag, god bog, glad, godt humør, positiv, godt selskab, fjernsyn og film, noget med børnene.

Tabel 8.1 Pilotstudie

Med udgangspunkt i litteraturen og pilotstudiet konceptualiseres hygge som følgende:
Hygge etableres i eget selskab eller med nære sociale relationer, hvor stemningen er god og uformel, mens lækker mad og drikke nydes og afslappede aktiviteter, såsom at se film, fjernsyn, snakke, spille spil eller læse en bog, foretages.

Hygge etableres ofte i sociale situationer, hvor mennesker mødes for at hygge sig, men pilotstudiet bekræftede, at hygge også knytter an til individuelle situationer. Pilotstudiet tydeliggjorde, at der er forskel på den hygge, som etableres i henholdsvis sociale og individuelle situationer. Der er ikke kun forskel på de aktiviteter, som inddrages i hyggen, men også hvorledes situationen opleves som meget eller lidt hyggelig. Da alle aspekter af hyggefænomenet er af interesse, undersøges både den sociale og individuelle situations indflydelse på den opfattede hygge. Det sociale situationsaspekt er forholdsvist bredt, så det konkretiseres yderligere. Forskning inden for situationsbestemt forbrug viser, at der er forskel på individers adfærd afhængig af den sociale konstellation. Forskellen er blandt andet at finde i individers fødevareforbrug, når familie, venner, kolleger og fremmede mennesker er samlet (Roth et al., 2001; Salvy et al., 2006; Clendenen et al., 1994). Med det udgangspunkt etableres der tre sociale situationer, hvor individer er sammen med familie, venner og kolleger.

Hyggebegrebet opererer på et højt abstraktionsniveau og indeholder, som pilotstudiet bekræfter, adskillige facetter udover den sociale/individuelle dimension. Ifølge pilotstudiet og litteraturen udgør stemningen en essentiel del af hyggen, så derfor nedbrydes hygge i situationsopbygningen til at have social/individuel samt god/dårlig stemning som omdrejningspunkt for de seks situationer. Illustrativt fordeler de seks situationer sig på følgende måde.



Figur 8.2 De seks situationer

Situationsbegrebet er søgt operationaliseret af flere forskere. Belk (1975) mener, at en situation udspilles indenfor tid og rum, hvor Barker (1968) argumenterer for, at de adfærdsmæssige rammer ikke kun bør afgrænses til tid og rum, men også indeholde en sekvens af adfærd eller et sæt af adfærdsmæssige mønstre. Dertil udgør omgivelserne et essentielt situationselement, der udvider tid, rum og adfærdsperspektivet.

Situationer og adfærd kan betragtes som underenheder i omgivelserne, og ifølge Belk (1975) giver disse elementer det største problem i forhold til operationaliseringen af situationer, da der kræves en yderligere definering af de situationsspecifikke faktorer. En del arbejde er lagt i at begribe mangfoldigheden i situationsfaktorerne ved blandt andet at udvikle vidtspændende taksonomier af situationelle karakteristika. Sells (1963) konstruerede subjektive klassifikationer med over 200 situationsvariable, som indbefattede flere faktorer indenfor det individuelle og omgivelsesmæssige

område, men Sells tog ikke det fysiske i betragtning. Kasmar's (1970) listede hele 300 situationskarakteristika, men inddrog alligevel ikke det sociale aspekt, som Belk (1975) valgte at inkorporere. Med udgangspunkt i denne udvikling har Belk (1975) selektivt kombineret forskellige elementer fra varierende taksonomier til et overordnet skelet af fem kategorier, der ved samlet brug definerer en situation. Belks situationskarakteristika har vist sig yderst brugbar i flere undersøgelser af forbrugeres situationelle fødevareforbrug (se eksempelvis Belk, 1974; Marshall, 1993; Blake et al., 2007), så derfor vil Belks fem grupper af karakteristika blive anvendt i konstruktionen af afhandlingens seks situationer.

1. *De fysiske omgivelser*. De åbenlyse elementer i en situation, som sted, indretning, lyde, lys, dufte, vejr osv.
2. *De sociale omgivelser*. Tilstedeværelsen af mennesker, deres karakteristika, deres interpersonelle interaktioner og rolle i den sociale sammenhæng.
3. *Tidsperspektivet.* Tid, dag, år, sæson og hvad der kan relateres til fremtidige eller fortidige begivenheder, som eksempelvis den årlige familiesammenkomst, fødselsdag eller julemiddag.
4. *Formålsperspektivet.* Formålet med situationen, hvilket kan være årsagen til at mennesker samles, som eksempelvis hyggeligt samvær, fødselsdag, fest, reception eller for at diskutere eller drøfte noget bestemt.
5. *Den forudgående scene*. Angiver de momentane stemninger og konditioner som bringes ind i situationen, som for eksempel glæde, begejstring, anspændthed og fjendtlighed.

Operationalisering af de seks situationer

De seks situationer operationaliseres i spørgeskemaet ved hjælp af seks mindre historier, som deltagerne løbende præsenteres for gennem spørgeskemaet. Det er vigtigt, at historierne repræsenterer almindelige uformelle situationer fra hverdagslivet, som så mange personer som muligt kan forholde sig til. Historierne er skrevet i tredje person for at minimere indflydelsen fra deltagernes subjektive oplevelser. Det kan selvfølgelig ikke undgås, at deltagerne drager paralleller til egen livsverden, hvilket yderligere er forsøgt minimeret ved at simplificere historierne, så essensen fremstår klar. De seks historier er konstrueret med udgangspunkt i Belks (1975)

situationskarakteristika samt kommentarerne til hyggebegrebet, som fremkom i pilotstudiet (tabel 8.1).

De fysiske omgivelser er ensartede gennem de seks historier, som alle udspiller sig inden for hjemmets fire vægge, og der laves ikke yderligere beskrivelser af de fysiske elementer. De hjemlige omgivelser gør situationerne mere uformelle og afslappede, som er vigtige aspekter af hyggen.
De sociale omgivelser i de seks historier spænder mellem to individuelle og fire sociale, hvor den sociale relation er koncentreret om sammenkomster med henholdsvis familie (to historier med henholdsvis god/dårlig stemning), venner og kollegaer (begge god stemning).
Tidsperspektivet for alle historierne er afgrænset til at handlingen udspiller sig en aften, hvor det er et bevidst fravalg at fokusere på et specifikt formål med sammenkomsten, da dette for mange af deltagerne givetvis vil skabe uønskede paralleller til deltagernes egen opfattelse af juletraditioner, fødselstraditioner osv.
Der tages afstand fra en konkret begivenhed (*Formålsperspektivet*), og i stedet lægges vægt på, hvorvidt situationen har en god stemning eller dårlig stemning, hvilket kan henføres til Belks (1975) kategori *Den forudgående scene.*

Efterfølgende er de seks historier blevet valideret. Det er nødvendigt at teste historierne for en vis fælles forståelse, så den tiltænke betydning i historierne svarer overens med 'virkeligheden' eller den gængse opfattelse af historierne (May, 2001). Valideringen af historierne blev foretaget ved interview, hvor tilfældigt udvalgte i et større indkøbscenter i København (Frederiksberg Centeret) gav accept til deltagelse. Igen blev denne løsning valgt, da hensigten med valideringen var, at få almindelige mennesker på tværs af demografiske karaktertræk til at udtrykke deres opfattelse af de seks historier. Deltagerne læste selv hver historie, en efter en, og knyttede løbende kommentarer til historierne. Interviewene forsatte til der var redundans, og en mætning i datamaterialet dermed var opnået (McCracken, 1988a). Det resulterede i, at tolv interviews blev foretaget, hvoraf et interview blev frasorteret, da personen var af udenlandsk herkomst og gav udtryk for manglende forståelse for flere af historierne. Blandt de elleve interviews var der en forholdsvis entydig opfattelse af alle seks historier. Der blev efterfølgende foretaget små rettelser, blandt andet i historie fem, hvor en person gav udtryk for, at historiens hovedperson Marcus ikke havde behov for samvær, hvilket kunne være ensomt og dermed negativt. Derfor blev der til historien tilføjet, at Marcus tit ses med sine venner for at undgå associationer forbundet med ensomhed. Navnene på personerne i historierne er

tilfældigt udvalgte, men for at undersøgelsens deltagere bedst mulig kan relatere sig til historierne præsenteres de kvindelige deltagere for historier med kvindelige personer, og mændene præsenteres for mandlige hovedpersoner. Navnene er det eneste, som varierer i undersøgelsen. De oprindelige og reviderede historier (mandeudgaven) kan ses i tabel 8.2.

	Oprindelig historie	Revideret historie
Situation 1 Historie 1	John ser frem til en god aften i familiens skød. Det er lang tid siden, de sidst har været sammen, så han glæder sig til igen at være samlet. Der er altid en god stemning, når de ses, og snakken går livligt fra det øjeblik, han træder ind af døren.	John ser frem til en god aften i familiens skød. Det er lidt tid siden, de sidst har været sammen, så han glæder sig til igen at være samlet. Der er altid en god stemning, når de ses, og snakken går livligt fra det øjeblik, han træder ind af døren.
Situation 2 Historie 2	Marcus har besluttet sig for at have en rigtig god hjemmeaften, hvor han bare skal være sig selv, og lave lige det han har lyst til. En aften, som han har glædet sig til i lang tid.	Marcus ses tit med sine venner, men har i dag besluttet sig for at have en rigtig god hjemmeaften, hvor han bare skal være sig selv, og lave lige det han har lyst til. En aften, som han har glædet sig til i lang tid.
Situation 3 Historie 3	Langt om længe er der blevet fastsat en aften, hvor alle i familien kan mødes, men det er ikke med Richards gode vilje. Der har været så mange uoverensstemmelser og intriger i familien, at stemningen er dårlig, når de endelig ses, og aftenen ender ofte med et skænderi.	Langt om længe er der blevet fastsat en aften, hvor alle i familien kan mødes, men det er ikke med Richards gode vilje. Der har været så mange uoverensstemmelser og intriger i familien, at stemningen er dårlig, når de endelig ses, og aftenen ender ofte med et skænderi.
Situation 4 Historie 4	I aften skal Stefan mødes med sine venner efter arbejde. De er en gruppe drenge og piger, som har holdt sammen siden gymnasiet, og de plejer at have det sjovt sammen. De skiftes til at mødes hos hinanden og er gode til at ses.	I aften skal Stefan mødes med sine venner efter arbejde. De er en gruppe drenge og piger, som har holdt sammen siden gymnasiet, og de plejer at have det sjovt sammen. De skiftes til at mødes hos hinanden og er gode til at ses.
Situation 5 Historie 5	Det har været en hård arbejdsdag fyldt med møder, så da David kommer hjem, er han godt træt i hovedet. Han er i dårligt humør, orker ikke noget, og har stadig lidt arbejde, som han skal lave til dagen efter.	Det har været en hård arbejdsdag fyldt med møder, så da David kommer hjem, er han godt træt i hovedet. Han fornemmer, at det bliver en dårlig aften, for han er sur, orker ikke noget, og har stadig lidt arbejde, som han skal lave til dagen efter.
Situation 6 Historie 6	Joe er inviteret hjem til sin kollega efter arbejde, der også har inviteret nogle andre gode venner. Joe glæder sig og er spændt på at møde kollegaens venner, som han ikke kender. Han er overbevist om, at det bliver en fin aften.	Joe er blevet inviteret hjem til sin kollega efter arbejde, der også har inviteret nogle andre gode venner. Joe glæder sig og er spændt på at møde kollegaens venner, som han ikke kender. Han er overbevist om, at det bliver en fin aften.

Tabel 8.2 Oprindelige og reviderede historier

I valideringen af historierne blev det tydeligt, at den rækkefølge historierne blev præsenteret i havde indflydelse på interviewpersonernes opfattelse af historierne, da de blev vurderet relativt. Det gav især udslag blandt de tre sociale situationer med god stemning. Det blev der efterfølgende taget højde for, så rækkefølgen for præsentationen af historierne i spørgeskemaet skiftede mellem social/individuel, samt god/dårlig stemning, så de tre historier med social/god stemning ikke blev præsenterede efter hinanden.

Måling af koncepter

Koncepterne, som udgør grundlaget for de målinger, som foretages i spørgeskemaet, er operationaliserede teoretiske koncepter. Til hver af de seks historier stilles spørgsmål, der har til formål at undersøge, i hvilken grad de respektive historier opfattes som hyggelige, og endvidere hvilke fødevarer der findes passende at få serveret i de forskellige situationer. Hyggespørgsmålene og de forskellige fødevarer udgør koncepter, som er direkte relateret til de seks historier. Efterfølgende præsenteres spørgeskemadeltagerne for 28 hyggeelementer, som skal vurderes i forhold til elementernes enkelte bidrag til den generelle hygge og afslutningsvis spørges til deltagernes demografiske personkarakteristika. Koncepterne i undersøgelsen udgør derfor *hygge*, *fødevarer*, *hyggeelementer* og *demografiske personkarakteristika*. De enkelte koncepters skala og måling præsenteres i det følgende.

Hygge

Hyggefænomenet er komplekst i sin implicitte forståelse og med sine multifacetterede dimensioner, der åbner op for adskillige ord, følelser og stemninger, der knytter an til begrebet. Den litterære gennemgang af hygge indikerer, at der eksisterer forholdsvis begrænset viden om hyggebegrebets indhold, og derfor foreligger der heller ikke en dokumenteret skala til måling af hygge. I stedet vælges en substituerende interkulturel skala til måling af fornøjelse som et umiddelbart tæt beslægtet begreb til hygge. Denne skala (PAD-skalaen) er udviklet af Mehrabian og Russel's (1974), og skalaen indeholder tre forskellige stemnings dimensioner i form af 'pleasure', 'arousal' og 'dominance'. Netop denne skala er valgt da enkelte af skalaens måleenheder, som godt humør, glad og afslappet, er udsagn, der nævnes i forbindelse med pilotstudiet, hvor hyggebegrebet blev gransket. Derfor må der formodes at være en forholdsvis høj korrelation imellem PAD-skalaens

enkelte stemningsdimensioner (herunder navnlig pleasure og arousal) og hygge. Med det udgangspunkt vurderes Mehrabian og Russel's emotionelle skala relevant i forhold til undersøgelsens formål.

Skalaens første dimension 'pleasure' er et udtryk for en persons niveau af (affektiv) tilfredshed i en given situation. Den anden dimension 'arousal' er derimod et udtryk for graden af opmærksomhed eller mental tilstedeværelse i situationen, mens den sidste kategori 'dominance' koncentrerer sig om niveauet for personligt råderum eller indflydelse. 'Dominance', og de underliggende emotioner i denne skaladimension, er mindre relevante i forhold til hyggebegrebet, så derfor undlades 'dominance' og de tilhørende underspørgsmål i undersøgelsen. I stedet laves en ny målevariabel 'hygge' med fem underliggende variable. Der foreligger ikke et solidt teoretisk fundament til hyggeskalaen, men måleenhederne er valgt med udgangspunkt i den eksisterende litteratur om hygge, samt resultaterne af det tidligere omtalte pilotstudie, hvor ti udvalgte personer knyttede kommentarer til begrebet hygge (se tabel 8.1). Efter skalaens konstruktion blev skalaen diskuteret grundigt igennem med flere personer inden for afhandlingens fagområde, og med personer der har særlig ekspertise indenfor skalaudviklinger, med det formål at sikre validitet (Churchill, 1979). Der blev foretaget mindre justeringer i skalaen, som der generelt var positive tilbagemeldinger på. Fundamentet var dermed lagt for en eventuel pilottest af skalaen, som imidlertid ikke blev foretaget af ressourcemæssige årsager. De underliggende emotioner/adjektiver i skalaens tre overordnede faktorer 'pleasure', 'arousal' og 'hygge' er angivet i tabel 8.3.

PLEASURE			AROUSAL			HYGGE
Lykkelig	-	Ulykkelig	Stimuleret	-	Ustimuleret	Hyggelig
Tilfreds	-	Utilfreds	Lysvågen	-	Søvnig	Godt selskab
Afslappet	-	Kedsom	Energisk	-	Sløv	Stresset
Håbefuld	-	Fortvivlet	Opstemt	-	Doven	God stemning
Veltilfreds	-	Trist	Opmærksom	-	Uopmærksom	Fornøjelig
Fornøjet	-	Ærgerlig	Engageret	-	Uengageret	

Tabel 8.3 De tre skalaenheder med underliggende variable

De fem variable i faktoren ’hygge’ måles på en 7-punkt Likert skala gående fra ‘helt uenig’ til ‘helt enig’, da hygge er et af de mange danske ord (ligesom for eksempel ’tørstig’ og ’nysgerrig’), som ikke indgår som en del af et binært oppositionspar. ’Pleasure’ og ’arousal’ indeholder hver seks variable som inverteres, så den positivt/negativt ladede eksponering varieres. Svarende placeres på en 9-punkt semantisk skala karakteriseret ved modsætningsvise yderpunkter (Mehrabian og Russel, 1974). De 17 variable blandes og præsenteres skiftevist i spørgeskemaet.

Spørgsmål: Angiv i hvilken grad du mener, at følgende karakteriserer situationen, hvor John mødes med sin familie? (spørgsmålet tilpasses til alle seks situationer).

En eksplorativ faktoranalyse blev lavet for hver af de tre begreber ’pleasure, ’arousal’ og ’hygge’ for at teste for endimensionalitet. Der var ingen måleenheder i de tre begreber med vægte på mindre end 0,50 samt ’cross-loadings’ større end 0,30, og derfor blev alle måleenheder bibeholdt. Ved behandling af data viser en korrelationsanalyse som forventet, at der er positive og høje korrelationer imellem de tre beslægtede begreber, ’pleasure’, ’hygge’ og ’arousal’ med følgende korrelationer og fællesvarians.

Arousal / pleasure	r=0,84**, p<0,01; fællesvarians=0,70
Hygge / pleasure	r=0,85**, p<0,01; fællesvarians=0,72
Arousal / hygge	r=0,73**, p<0,01; fællesvarians=0,53

Ikke overraskende viser korrelationsanalysen, at ’pleasure’ og ’hygge’ har store fællestræk og er nært beslægtede. Med en indbyrdes fælles variation på 0,72 synes ’pleasure’ og ’hygge’ på mange måder at være to sider af samme sag. ’Arousal’ deler en høj andel af sin varians med henholdsvis ’pleasure’ og ’hygge’, i begge tilfælde >50%, men er i mindre grad end ’pleasure’ overlappende med hyggebegrebet. En forklaring herpå kan være, at hygge ofte opleves som en fysisk afslappet tilstand, hvilket står lidt i kontrast til begrebet ’arousal’, som refererer til en aktiv og energisk tilgang. I analyserne, som præsenteres i kapitel 9, arbejdes således alene videre med begreberne ’pleasure’ og ’hygge’, mens ’arousal’ tages ud af analyserne, da begrebet ikke synes at bidrage med en rimelig grad af indsigt i hyggeoplevelsen.

Til måling af ’pleasure’ og ’hygges’ reliabilitet er der for hver af de seks situationer lavet en faktoranalyse på de forskellige måleenheder, som indgår i ’pleasure’ og ’hygge’ skalaerne. Bartletts test of sphericity samt Kayser-Mayer Olkins mål for ‘sampling adequacy’ (MSA) på > 0,5 indikerer, at de bagvedliggende korrelationsmatricer er egnet til faktoranalyse. Faktoranalyserne er lavet med en varimax rotation, så de enkelte faktorer er ortogonale i forhold til hinanden og altså ukorrelerede (Hair et al., 2005). Samtidig udelukkes muligheden for multicollinearitet imellem de enkelte faktorer ved efterfølgende afhængighedsanalyser, hvor faktorerne indgår som uafhængige variable. Alle variable inden for hver situation havde ‘communalities’ over 0,5 og dermed høj fælles varians.

Efter faktoranalyserne vurderes Cronbach’s alpha, som for alle faktorer havde en meget acceptabel værdi, og dermed indikerer en høj reliabilitet (> 0,7), som kan ses af nedenstående resultater.

Cronbach's alpha						
	Situation 1	Situation 2	Situation 3	Situation 4	Situation 5	Situation 6
Hygge	0,98	0,82	0,82	0,98	0,87	0,97
Pleasure	0,82	0,87	0,76	0,89	0,82	0,9

Note: For samtlige målinger af begrebet 'hygge' havde den ene målevariabel 'stresset' en for lav item-total korrelation, og er derfor udeladt i alle seks situationer.

Tabel 8.4 Cronbach’s alpha på ’hygge’ og ’pleasure’

Som led i valideringen af begreberne ’pleasure’ og ’hygge’ blev der lavet en konfirmativ faktoranalyse, med henblik på at undersøge ’pleasure’ og ’hygges’ reliabilitet i forhold til deres underliggende måleenheder samt verificere målingen af hygge.

Konfirmativ faktoranalyse				
Begreb	Standardiseret faktor vægte	Kritisk ratio	Begrebs reliabilitet	Udvidet varians
PLEASURE			0,97	0,86
X1 Veltilfreds	0.97	98,29		
X2 Fornøjet	0.96	-		
X3 Tilfreds	0,97	98,79		
X4 Lykkelig	0,93	77,13		
X5 Afslappet	0,87	61,75		
HYGGE			0,98	0,91
X1 Hyggelig	0,96	-		
X2 God stemning	0,97	96,1		
X3 Fornøjelig	0,96	89,09		
X4 Godt selskab	0,92	72,95		

Tabel 8.5 Resultater af konfirmativ faktoranalyse

Den konfirmative faktoranalyse blev lavet med faktorerne 'pleasure' og 'hygge' og deres underliggende 11 måleenheder. To af disse måleenheder, 'håbefuld' og 'stresset', blev elimineret i analysen for at forbedre modellens fit-mål. Modellens chi-square-værdi ligger på 390,5 (df=26, $p<0,01$), men da chi-square-værdien påvirkes af stikprøvestørrelsen er der andre fit-mål, som også bør inddrages i evalueringen af modellen (Hair et al., 2005). The root mean square error of approximation (RMSEA=0.095), the comparativ fit index (CFI=0,98), og the normed fit index (NFI=0,98) tyder på at modellen samlet set har et acceptabelt fit. Værdien af RMSEA ligger lidt over den normalt accepterede værdi på 0,08, men CFI og NFI peger imidlertid på, at modellen har et tilfredsstillende fit for data. Reliabilitets-værdierne ligger over det ønskede niveau på 0,60 med værdier på henholdsvis 0,97 og 0,98, hvilket er yderst acceptable værdier for de to målebegreber (ibid.).

Den udvidede varians for 'pleasure' og 'hygge' overstiger i begge tilfælde fællesmængden på 0,72, beregnet som r^2 imellem de to begrebet. Dette indikerer, at begge begreber stadig har mere tilfælles med sig selv, og derfor er begge begreber relevante i de kommende analyser af de seks situationer (Fornell og Larcker, 1981). Som en ekstra test af diskriminant validiteten imellem 'pleasure' og 'hygge' blev korrelationen imellem begreberne sat til 1, og den konfirmative faktormodel blev kørt igen. Resultatet viste en chi-square-værdi på 1693,2 (df=27, p<0,01), svarende til en ændring i chi-square-værdien på 1302,7 (ændring i df=1, p<0,01). Dette bekræfter de to begrebers forskellighed.

Fødevarer

Konceptualiseringen af fødevarekategorien er lavet med udgangspunkt i de otte officielle kostråd, som er fremsat af myndighederne. Som led i myndighedernes bestræbelser på at få danske forbrugere til at leve sundere, har myndighederne introduceret ernæringsmærket Spis, og dermed kategoriseret flere af de alment kendte og tilgængelige fødevarer i supermarkederne i forhold til tre fastsatte ernæringskategorier, *Spis mest*, *Spis mindre* og *Spis mindst* (www.spismest.dk). I denne undersøgelse er valgt fem fødevarer fra hver kategori (*Spis mest, Spis mindre* og *Spis mindst*) ud fra en betragtning om, hvorvidt de 15 fødevarer findes aktuelle at spise i de seks konstruerede historier. Morgenmadsprodukter, frokostprodukter og andre fødevarer, som vurderes upassende til en eller flere af de seks historier, er bevidst fravalgt. Herefter er de valgte fødevarer blevet diskuteret med personer, der er en del af dansk kultur, og som har kendskab til etableringen af hygge, for at sikre fødevarernes egnethed til undersøgelsen. Det resulterede i følgende fødevarer (tabel 8.6).

SPIS MEST	SPIS MINDRE	SPIS MINDST
Kernebrød	Pasta	Slik
Kylling	Ris	Chips
Kartofler	Vin	Kage
Broccoli	Sauce	Smør
Gulerødder	Oksekød	Sodavand

Tabel 8.6 Fødevarekategorier

De tre kategorier, *Spis mest, Spis mindre* og *Spis mindst,* fremgår ikke af spørgeskemaet og fødevarerne præsenteres med tilfældig spredning i forlængelse af spørgsmålet.

Spørgsmål: Angiv i hvilken grad John kan forvente at få følgende fødevarer serveret, når han mødes med familien (spørgsmålet tilpasses til alle seks situationer). Svaret angives på en 7-punkt Likert skala gående fra 'meget lille sandsynlighed' til 'meget stor sandsynlighed'.

Hyggeelementer

Efter spørgsmålene, som er specifikt tilpasset de seks historier, introduceres 28 hyggeelementer, som vurderes i forhold til elementernes respektive indvirkning på den generelle hygge. I situationsteorien er der mange forskellige faktorer, der determinerer en situation (Belk, 1975; Sells, 1963; Kasmar, 1970) og derfor også influerer på, hvorvidt en situation opfattes som hyggelig. Udgangspunktet er fortsat Belks fem situationsvariable, hvor der inden for hver kategori er specielt udvalgte situationskarakteristika, der formodes at bidrage mere eller mindre til en hyggelig situation. De 28 elementer er valgt med udgangspunkt i Belks (1975) situationskategorier, men også med inspiration fra litteraturen og pilotstudiet, som på forskellig vis giver en indsigt i hyggebegrebet. De 28 elementer placeres inden for de fem kategorier, *De fysiske omgivelser, De sociale omgivelser, Tidsperspektivet, Formålsperspektivet* og *Den forudgående scene*, som hermed vist.

1. *De fysiske omgivelser* tager i denne sammenhæng udgangspunkt i det fysiske sted, som repræsenteres via elementerne 'spise ude' og 'spise hjemme'. Dertil præsenteres forskellige fysiske ting, som formodes at have indflydelse på hygge. 'Fint porcelæn', 'dug på bordet', 'ild fra ildsted', 'bog', 'fjernsyn', 'stearinlys', 'sofa', 'dæmpet belysning' samt 'dæmpet musik'.
2. *De sociale omgivelser* indeholder kategorierne 'arbejdskolleger', 'gode venner', 'familie' og 'alene', da det er interessant at undersøge, hvilken social konstellation der bidrager mest til hyggen.
3. *Tidsperspektiv*et inddrages i form af sæsonerne 'sommer' og 'vinter', samt de ugentlige oppositioner 'hverdag' og 'weekend'.
4. *Formålsperspektivet* inkluderer elementer, som 'højtider', 'stor fest' og 'fødselsdag'. Men da formålet i mange sociale relationer ofte er at samles om bordet til lidt god mad og drikke,

inddrages også følgende kategorier 'god mad', 'fødevarer af høj kvalitet' og 'noget godt at drikke'. De tre sidste elementer kan også placeres under grupperingen med fysiske ting.

5. *Den forudgående scene* angiver de momentane stemninger, som 'støj', 'stress' og 'anspændt stemning'. Denne kategori er bevidst nedprioriteret til fordel for de fire andre kategorier, da forskellige emotionelle ord og stemninger tidligere i spørgeskemaet er blevet tilknyttet forskellige hyggesituationer.

Spørgsmål: I hvilket omfang mener du følgende elementer karakteriserer en hyggelig situation.
Svarene måles på en 7-punkt Likert skala gående fra 'i meget lille grad' til 'i meget høj grad'. Ordene blandes i tilfældig orden, så de fem grupperinger ikke fremstår åbenlyst for undersøgelsens deltagere.

FYSISKE OMGIVELSER	SOCIALE OMGIVELSER	TIDSPERSPEKTIVET	FORMÅLSPERSPEKTIVET	FORUDGÅENDE SCENE
Spise ude	Arbejdskolleger	Sommer	Højtider	Støj
Spise hjemme	Gode venner	Vinter	Stor fest	Stress
Fint porcelæn	Familie	Hverdag	Fødselsdag	Anspændt stemning
Dug på bordet	Alene	Weekend	God mad	
Bog			Noget godt at drikke	
Fjernsyn			Fødevarer af høj kvalitet	
Stearinlys				
Ild fra ildsted				
Sofa				
Dæmpet belysning				
Dæmpet musik				

Tabel 8.7 Situationselementer

Demografiske personkarakteristika

Spørgeskemaet afsluttes med spørgsmål til deltagerens demografiske personkarakteristika i form af køn, alder, højde, vægt (højde og vægt giver mulighed for omregning til BMI, Body Mass Index), antal i husstanden samt højeste afsluttede uddannelse.

Dataindsamling

Dataene er indsamlet ved brug af et online link til undersøgelsen, som er bredt distribueret gennem mit netværk af blandt andre tidligere kolleger, nuværende kolleger, professionelle samarbejdspartnere, studerende på Copenhagen Business School, venner og bekendte, som alle har været behjælpelig med at videresende online linket til deres netværk. Denne dataindsamlingsmetode betegnes 'snebold-effekten' (Schmidt og Hollensen, 2006). 258 personer udfyldte online spørgeskemaet, som i gennemsnit tog omkring 20 minutter at udfylde. Den kønsmæssige fordeling blandt spørgeskemaets deltagere fordeler sig på 40,3 % mænd (59,7% kvinder), den gennemsnitlige husstandsstørrelse er på 2,2 personer og gennemsnitsalderen er på 33,6 år med et spænd fra 20-69 år. For at minimere antallet af manglende svar er spørgeskemaet konstrueret således, at deltagerne er nødsaget til at svare på hvert spørgsmål for at gå videre i spørgeskemaet og sluttelig få besvarelsen registreret. Denne foranstaltning efterlod kun et minimalt antal manglende svar koncentreret i vægtspørgsmålet, som er den eneste kategori med mulighed for at undlade svar.

De udfyldte onlinespørgeskemaer blev overført til SPSS programmet, data blev renset og rekodet, hvorefter de statistiske beregninger og analyser blev udført. Hver deltager svarede på alle seks situationer svarende til, at spørgeskemaet i alt frembragte 1548 cases (6 gange 258), der kan arbejdes videre med. Til hver af de seks situationer er stillet tilsvarende spørgsmål, og det åbner op for at lave yderligere sammenligninger situationerne imellem, hvilket er et af de tilsigtede formål med undersøgelsen.

Vurdering af reliabilitet og validitet

Ved de fleste målinger forekommer der utilsigtede målefejl, og dermed bliver måleresultatet et produkt af sande målinger og målefejl i form af tilfældige og systematiske fejl. Reliabilitet og validitet beskæftiger sig med, i hvilke omfang de foretagne målinger i undersøgelsen er behæftet med tilfældige og systematiske fejl, samt hvorvidt den faktiske måling repræsenterer det, undersøgelsen har til formål at undersøge (Hair et al., 2005).

Reliabiliteten er høj i de tilfælde en undersøgelse gentages og samme resultat fremkommer, så de anvendte skalaer er fri af tilfældige målefejl, hvilket medfører et konsistent resultat. Tilfældige fejl opstår af en lang række årsager, som i denne undersøgelse er søgt minimeret på flere måder. Til

vurdering af undersøgelsens reliabilitet kan flere forskellige metoder benyttes, som blandt andet 'test-retest reliability', 'alternative-forms reliability' og 'internal consistency' (Schmidt og Hollesen, 2006). Den sidstnævnte, 'internal consistency' anvendes i dette tilfælde og indebærer en eller flere målinger af det samme begreb, hvorefter korrelationen mellem disse målinger vurderes. Dette gøres blandt andet ved brug af Cronbach's alpha, hvor værdien varierer mellem 0 og 1. Høje værdier (over 0,60) indikerer høj reliabilitet (Hair et al., 2005). Denne måling er foretaget blandt begreberne 'pleasure' og 'hygge', hvor resultaterne er præsenteret i den tidligere vist tabel 8.4. Begge målebegreber havde acceptable værdier i alle seks situationer, hvilket bekræfter en høj reliabilitet.

Fordi en undersøgelse producerer konsistente resultater, er det ikke nødvendigvis sikkert, at det der ønskes målt, er det, der rent faktisk måles. Derfor vurderes undersøgelsens validitet. Der er supplerende tilgange til undersøgelse af validitet i form af 'content validity', 'criterion-related validity', 'construct validity', 'convergent validity', 'discriminant validity' (Schmidt og Hollesen, 2006). I denne undersøgelse gøres brug af 'content validity', 'construct validity' og 'discriminant validity', der er vurderet i kraft af resultaterne fra den konfirmative faktoranalyse, som er præsenteret i tabel 8.5.

I undersøgelsen bruges skalaer og begreber, som allerede er prætestet, valideret og fundet brugbare på tværs af kulturer. De seks historier og hygge-skalaen er af egen konstruktion, og er inden spørgeskemaets distribuering valideret såvel teoretisk som praktisk for at sikre en høj validitet. Som tidligere beskrevet er dette sket ved at spørge en gruppe mennesker til deres forståelse af de seks historier og hyggefænomenet, hvorefter den endelige udformning og brug er fundet sted.

Med disse betragtninger, og foretagne foranstaltninger, vurderes grundlaget for undersøgelsens reliabilitet og validitet som tilfredsstillende.

Kapitel 9

Resultater af en kvantitativ undersøgelse af hyggelige situationer

Spørgeskemaundersøgelsen rummer flere muligheder for videre forskning og analyse. Jeg vil ikke i denne afhandling foretage udtømmende analyser af spørgeskemaundersøgelsen, men i stedet vælge analyserne med omhu og præcision, så hver analyse giver en direkte indsigt i den problemstilling, der søges belyst. Med afsæt i afhandlingens overordnede problemstilling har analyserne til formål at skabe en større indsigt i hyggefænomenets betydning og konstituering, samt at undersøge hvilke fødevarer, der findes mere eller mindre passende at spise i hyggesituationer. Og med det udgangspunkt vælges analyserne, som præsenteres i dette kapitel.

Kapitlet starter med en præsentation af analyseresultater, der belyser hygge, som socialt og individuelt fænomen, med afsæt i en relativ vurdering af de seks situationer. Derefter fremlægges en beskrivende analyse med gennemsnitsbetragtninger af de 28 hyggeelementer, der giver en god indsigt i flere af de situationelle karakteristika, som bidrager til hyggens konstituering. Med afsæt i denne grundlæggende forståelse af hyggefænomenet undersøges fødevareforbruget i de seks forskellige situationer, hvor udvalgte analyser af usunde fødevarer og alkohol præsenteres. Flere steder i dette kapitel gøres brug af demografiske split, således at resultaterne tillægges yderligere perspektiver. Afslutningsvis opsamles og diskuteres resultaterne.

Hygge som socialt og individuelt fænomen

Den sociale sammensætning af mennesker har stor betydning for etableringen af hygge, og de uformelle situationer, hvor mennesker mødes, danner ofte rammerne om en hyggelig situation. Det trygge, velkendte og nære er fundamentet i hyggen og skabes ofte i samvær med de tætte sociale relationer, som venner og familie. Dette bekræfter analyseresultaterne, som også viser, at hygge meget vel kan etableres i individuelle situationer.

En af baggrundene for den konkrete udformning af spørgeskemaundersøgelsen var blandt andet ønsket om at undersøge den oplevede hygge i de seks manipulerede situationer, og med det udgangspunkt lave en sammenligning på tværs af de seks situationer. Forinden denne analyse blev der lavet en MANOVA analyse med formålet at teste, hvorvidt situationstypen har indflydelse på de to målebegreber ’pleasure’ og ’hygge’ (afhængige variable).

MANOVA

Afhængige variable	Source of vaiance	Wilks' Lambda	Sums of Squares	Frihedsgrader	F-ratio	P-værdi
MULTIVARIAT	Situationstype					
Hygge og pleasure		0,02		2;1535	32116,54	<0,01
UNIVARIAT						
Hygge	Situationstype		5193,65	5	567,17	<0,01
	Error		2813,07	1536		
	Total		8006,72	1541		
Pleasure	Situationstype		7843,7	5	1776,03	<0,01
	Error		1356,73	1536		
	Total		9200,42	1542		

Tabel 9.1 MANOVA resultater

Resultaterne af MANOVA analysen, som præsenteres i tabel 9.1, indikerer at opfattelsen af pleasure og hygge afhænger af situationstypen. Med det udgangspunkt laves to separate oneway ANOVA analyser med ’pleasure’ og ’hygge’ for at undersøge, hvordan opfattelsen af pleasure og

hygge differentierer mellem de seks situationer. I variansanalysen er situationstypen den uafhængige variabel, og 'hygge' og 'pleasure' er afhængige variable. ANOVA analysen viser, at situationstypen har en signifikant effekt på oplevelsen af hygge ($F=567,17$; $P<0,01$) og pleasure ($F=1776,03$; $P<0,01$), og som antaget er der signifikant forskel på den sociale konstellations indvirkning på den oplevede hygge/pleasure. I den relative betragtning situationerne imellem frembringer måleenhederne 'pleasure' og 'hygge' meget ensartede resultater, hvilket må skyldes den høje korrelation begreberne imellem.

ANOVA				
Situationstype	Hygge gennemsnit	Hygge sammenligning	Pleasure gennemsnit	Pleasure sammenligning
Situation 1: Hygge med familien	5,88	1<4; 1>2,3,5,6	7,66	1<4; 1>2,3,5,6
Situation 2: Hygge alene	5,3	2=6; 2>3,5; 2<1,4	7,47	2=6; 2>3,5; 2<1,4
Situation 3: Ikke hyggeligt (socialt)	1,8	3=5; 3<1,2,4,6	2,67	3<1,2,4,5,6
Situation 4: Hygge med venner	6,3	4>1,2,3,5,6	7,87	4>1,2,3,5,6
Situation 5: Ikke hyggeligt (alene)	2,0	5=3; 5<1,2,4,6	2,98	5>3; 5<1,2,4,6
Situation 6: Hygge med kolleger	5,44	6=2; 6<1,4; 6>3,5	7,37	6=2; 6<1,4; 6>3,5

Tabel 9.2 ANOVA resultater – hygge og pleasure

På tværs af situationerne vurderes den mest hyggelige situation at være sammenkomsten med venner, hvor stemningen er god, som vurderes signifikant mere hyggelig end de andre fem situationer. Næst hyggeligst vurderes en aften i familiens skød med god stemning, hvilket indikerer, at den nære, velkendte og uformelle sociale relation er af stor betydning for den oplevede hygge. Resultatet giver anledning til en umiddelbar refleksion over rangeringen af situationerne, da situationen med gode venner vurderes mere hyggelig end den familiære situation, som for mange nok i højere grad repræsenterer det tætte, velkendte og uformelle. Det kan muligvis tilskrives den

gennemsnitlige alder for spørgeundersøgelsens deltagere. Der er en klar overvægt af deltagere i aldersgrupperne omkring de 30 år. Mange individer er i den periode i en livsfase, hvor venner spiller en større rolle i hverdagslivet, end tilfældet givetvis er for aldersgruppen 40-60 år, hvor egen familie er etableret og har førsteprioritet i hverdagen. Stikprøven i de ældre aldersgrupper er desværre ikke tilstrækkelig stor til, at data kan nedbrydes, og der kan laves specifikke analyser med udgangspunkt i disse aldersgrupper.

De tætte sociale relationer er af større betydning end hyggelige stunder med arbejdskolleger og i eget selskab, hvilket tyder på, at hyggen først og fremmest skabes i den sociale kontekst. Det at hygge sig alene er ikke signifikant forskelligt fra at hygge sig med kolleger, og må betegnes som en middelmådig hygge. Der er bred enighed om, at de to manipulerede situationer baseret på ikke-hygge, i henholdsvis sociale omgivelser og alene, ikke vurderes som hyggelige. Der er ikke signifikant forskel på disse to situationer.

Anlægges der en kønsmæssig betragtning på vurderingen af de seks situationer, så indikerer interaktionseffekterne mellem de kvindelige og mandlige deltagere, som illustreret i tabel 9.3, at kvindernes gennemsnitlige svar på, hvorvidt en situation kan karakteriseres som hyggelig/fornøjelig (målt ud fra begrebet 'pleasure') ligger signifikant højere end mændenes.

Hygge				Pleasure			
Situation	Kvinder	Mænd	P-værdi	Situation	Kvinder	Mænd	P-værdi
Situation 1: Hygge med familien	6,03	5,67	0,11	Situation 1: Hygge med familien	7,83	7,40	<0,01
Situation 2: Hygge alene	5,58	4,89	<0,01	Situation 2: Hygge alene	7,72	7,11	<0,01
Situation 3: Ikke hyggeligt (socialt)	1,74	1,89	0,19	Situation 3: Ikke hyggeligt (socialt)	2,58	2,80	0,07
Situation 4: Hygge med venner	6,44	6,09	0,04	Situation 4: Hygge med venner	8,03	7,62	<0,01
Situation 5: Ikke hyggeligt (alene)	1,85	2,24	<0,01	Situation 5: Ikke hyggeligt (alene)	2,92	3,08	0,22
Situation 6: Hygge med kolleger	5,50	5,36	0,47	Situation 6: Hygge med kolleger	7,58	7,06	<0,01

Tabel 9.3 Interaktionseffekter

Det vil sige, at der er forskel på mænd og kvinders opfattelse af situationerne, således at kvinder i undersøgelsen generelt oplever de hyggelige situationer (situation 1, 2, 4 og 6) som mere hyggelige, end hvad tilfældet er for mændenes vedkommende.

En forklaring på forskellen kvinder og mænd imellem kan være mænd og kvinders forskellige roller i hjemmet. Situationerne udspiller sig alle i hjemmet som, trods senere års samfundsstrukturelle forskydninger, stadig anses for kvindernes domæne (DeVault, 1991; Charles og Kerr, 1988). Tidligere havde kvinderne alene ansvaret for indkøb og tilberedning af fødevarerne, så alle familiemedlemmer fik veltillavet mad flere gange dagligt. Det var kvindernes opgave at få familien til at fungere på hjemmefronten, ved at samle familien, skabe harmoni og vise omsorg for familiemedlemmerne (DeVault, 1991; Charles og Kerr, 1988; Murcott, 1982). Nyere tid tegner dog et mere kontrastfyldt billede af kvinders og mænds roller i hjemmet, men kvinderne er stadig mere harmonisøgende og opmærksomme på stemninger i hjemmet, hvorfor der reageres mere udslagsgivende på flere af situationer i modsætning til mændenes mere nonchalante adfærd (DeVault, 1991).

Den sociale konstellation er udslagsgivende for, i hvilken udstrækning en situation karakteriseres som hyggelig eller ej, men i tillæg til det sociale situationsaspekt, er der også andre situationsvariable, som har betydning for etableringen af hygge.

Hyggeelementer

I spørgeskemaundersøgelsen præsenteres deltagerne for 28 udvalgte elementer, der er mere eller mindre relaterede til hygge, med det formål at tilkendegive, i hvilken udstrækning det enkelte element bidrager til en hyggelig situation. Som beskrevet i kapitel 8, så er elementerne bygget op omkring Belks (1975) fem situationskategorier med ønsket om at favne de tænkelige ting/begivenheder/fænomener/stemninger, der karakteriserer en hyggelig situation.

En ’paired-samples’ t-test med middelværdiberegninger bekræfter, at der er en signifikant forskel på de hyggeelementer, som deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen mener, der karakteriserer hyggelige situationer. Deltagernes svar er placeret på en skala gående fra 1 (i meget lille grad) til 7 (i meget høj grad). I nedenstående tabel ses gennemsnittene af samtlige 28 elementer.

T-test på hyggeelementer			
		Gennemsnit	P-værdi
1	Gode venner	6,430	<0,01
2	God mad	6,101	<0,01
3	Weekend	5,938	<0,01
4	Familie	5,934	<0,01
5	Stearinlys	5,802	<0,01
6	Sommer	5,547	<0,01
7	Noget godt at drikke	5,508	<0,01
8	Ild fra ildsted	5,399	<0,01
9	Fødevarer af høj kvalitet	5,298	<0,01
10	Højtider	5,287	<0,01
11	Spise hjemme	5,283	<0,01
12	Spise ude	5,236	<0,01
13	Fødselsdag	5,070	<0,01
14	Dæmpet musik	4,973	<0,01
15	Dæmpet belysning	4,953	<0,01
16	Sofa	4,674	<0,01
17	Bog	4,632	<0,01
18	Stor fest	4,616	<0,01
19	Vinter	4,430	<0,01
20	Arbejdskolleger	4,221	<0,01
21	Dug på bordet	4,097	0,38
22	Hverdag	3,864	0,07
23	Fjernsyn	3,814	0,05
24	Alene	3,802	0,05
25	Fint porcelæn	2,477	<0,01
26	Støj	1,833	<0,01
27	Stress	1,376	<0,01
28	Anspændt stemning	1,349	<0,01

Note: P-værdien er udtrykt i forhold til næstkommende element, således at 1 er signifikant forskellig fra 2 med en p-værdi på <0,01, 2 er signifikant forskellig fra 3 ligeledes med en p-værdi <0,01 osv.

Tabel 9.4 T-test på hyggeelementer

Resultatet af t-testen bekræfter først og fremmest, at en vigtig del i hyggen er at være sammen med mennesker, man holder af, hvor især det trygge og velkendte i den nære relation, der er mellem gode venner og i familien, er fundamentet for en hyggelig sammenkomst. I forlængelse af ANOVA analyserne, som er præsenteret i tabel 9.2, bekræfter resultatet af t-testen, at samvær med venner opleves som hyggeligere end sammenkomster med familien. Endvidere tydeliggør t-testen i overensstemmelse med resultaterne af ANOVA analyserne, at arbejdskolleger kun bidrager middelmådigt til hyggen med et relativt lavt niveau lidt under middel sammenlignet med de øvrige hyggeelementer. Der er givetvis stor forskel på arbejdsmiljø og kolleger arbejdspladser imellem, men ikke desto mindre, er individets arbejdsplads ofte den professionelle og mere formelle arena sammenlignet med det private hjem, hvor paraderne ofte er nede, og rammerne mere uformelle og afslappede.

Den sociale kontekst bidrager i højere grad til hyggen end individuelle situationer. Hyggen etableres ofte i samværet mellem mennesker, hvilket bekræftes i t-testen, hvor det at være alene ikke umiddelbart karakteriseres som hyggeligt, og derfor ligger elementet 'alene' i den nedre kvartil. En forklarende årsag til, at det ikke opfattes ligeså hyggeligt at være alene, som i selskab med andre mennesker, skal findes i den sociale interaktion og samhørigheden, som er nødvendig for den menneskelige eksistens (Engstrøm og Larsen, 1987). At hygge sig med andre mennesker indbefatter, at man tager aktivt del i hyggen og giver noget af sig selv. Hygge eksisterer indenfor en afgrænset gruppe mennesker, hvor alle helst skal deltage i konversionen og være til stede med et vist nærvær. Dette nærvær knytter sig også til den tætte og trygge relation. Det er engagementet og delagtiggørelsen, der skaber den samhørighed, der er nødvendig for at hyggelige situationer kan opstå (Knudsen, 1996). Det er svært at opnå denne samhørighed ved en passiv aktivitet, som at se fjernsyn og læse en bog, hvilket kan være en af årsagerne til, at disse aktiviteter vurderes som mindre hyggelige i t-testen. At læse og se tv er også ofte aktiviteter, som udspiller sig i den individuelle hygge.

Højtider og fødselsdage er kendetegnet ved at være begivenheder, hvor mennesker samles for at hygge sig, hvilket også giver sig til udslag i t-testen, hvor disse begivenheder opfattes som mere hyggelige end gennemsnittet. Det samme gør sig gældende i spændet mellem de binære oppositioner, weekend og hverdag. Hverdagene er kendetegnet ved at have et forholdsvis kompakt program med dagligdagens gøremål, og der er ikke meget tid til hygge og socialt samvær. Hygge

udspiller sig derimod ofte i weekender, hvor der er tidsmæssigt overskud, og der samles ny energi til den kommende uge.

I weekender er der fokus på afslapning og nærvær, og der hygges med god, veltilberedt mad og drikke, som indtager en vigtig rolle i hyggen. Elementerne 'god mad', 'noget godt at drikke' samt 'fødevarer af høj kvalitet' ligger alle højt i t-testen og er kendetegnede ved at være blandt årsagerne til, at venner og familie mødes. En stor del af hyggen folder sig ud omkring spisebordet, hvor mennesker mødes og sidder i timevis med god mad og drikke (Knudsen, 1996; Reddy, 1998).

'Sommer' viser sig at være et situationselement, der vurderes relativt højt i t-testen og dermed har stor betydning for etableringen af hygge. Det kan synes en anelse overraskende, da 'sommer' står lidt i kontrast til 'stearinlys' og 'ild fra ildsted', der ligeledes har stor positiv indflydelse på hyggen og typisk associeres med den kolde tid. Den danske vinter er lang og sommeren længe ventet, indtil den endelig kommer. Derfor værdsættes de kortere sommerperioder givetvis mere, hvor hvert et solstrejf giver anledning til en tur på stranden eller pølser på grillen. Det må formodes at være de positive associationer til sommeren, der gør, at 'sommer' vurderes relativt højere som hyggeelement i forhold til 'vinter', der i et land som Danmark med lange mørke timer kan virke grå og trist.

I t-testen er situationselementerne 'spise hjemme' og 'spise ude' på samme niveau og placeret i den øvre halvdel. Det er overraskende, da hyggen ofte finder sted i hjemmet i afslappede og trygge omgivelser (Hansen, 1980; Knudsen, 1996). Den samme intime stemning kan være vanskelig at etablere på cafe eller restaurant. Det at spise ude associeres for de flestes vedkommende med et besøg på restaurant, cafe eller andet spisested, hvor hverdagens daglige middagsrutiner i hjemmet brydes (Warde og Martens, 2000). Undersøgelser viser også, at danskere er det folkefærd blandt de nordiske lande, som spiser mindst ude på restaurant og cafe (Holm, 2001a). Spises der ikke i hjemmet, så indtages middagen hos familie og venner, hvilket er et af de karakteristiske kendetegn for den danske kultur (ibid.). Det betyder også, at spørgeskemadeltagerne givetvis har opfattet kategorien 'spise ude' som en bred kategori, der indbefatter alle måltider, som indtages ude for hjemmet. Det kan være alt fra restaurationsbesøg til middag hos vennerne og en hotdog hos pølsemanden, som kan være baggrunden for det tætte resultat mellem 'spise hjemme' og 'spise ude'.

Analysen af de 28 situationselementer er foretaget med en t-test, som analyserer de enkelte elementers relative placering. I forlængelse heraf er lavet en faktoranalyse med henblik på at afdække elementernes dybereliggende og indbyrdes sammenhænge. I faktoranalysen undersøges eksistensen af underliggende strukturer i datamaterialet ved at fokusere på, hvorvidt der er tættere forhold mellem enkelte variable, der dermed kan summeres til en enkel komponent eller faktor (Hair et al., 2005). Dette gøres ved at undersøge variablenes indbyrdes korrelationer, hvor faktorerne kan udtrykkes som linearkombinationer af de oprindelige variable (Jensen og Knudsen, 2006).

Faktoranalyse på hyggelementer									
	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5	Faktor 6	Faktor 7	Faktor 8	Faktor 9
Fødevarer af høj kvalitet	0,798	0,054	-0,029	0,067	0,022	0,017	-0,090	0,181	0,071
God mad	0,724	0,152	0,104	0,282	0,057	-0,158	0,075	0,058	0,074
Noget godt at drikke	0,673	0,186	0,033	-0,036	0,074	0,083	0,136	-0,098	0,090
Weekend	0,527	0,177	0,190	0,384	0,198	-0,107	0,290	-0,032	-0,030
Dæmpet belysning	0,149	0,849	0,134	0,121	0,118	0,043	0,082	0,033	0,045
Stearinlys	0,173	0,664	0,038	0,298	0,376	-0,100	0,041	0,139	-0,039
Dæmpet musik	0,405	0,620	0,220	-0,168	0,043	-0,048	-0,045	0,053	0,184
Familie	0,013	-0,042	0,745	0,036	0,228	0,010	-0,003	0,037	-0,180
Højtider	0,132	0,366	0,714	0,072	-0,115	-0,046	0,100	0,056	0,134
Fødselsdag	0,013	0,232	0,625	0,377	-0,066	-0,140	0,102	0,202	0,127
Spise hjemme	0,340	0,078	0,412	-0,118	0,147	0,001	0,370	0,328	-0,077
Stor fest	0,069	-0,037	0,218	0,739	0,307	0,061	-0,043	0,020	-0,006
Spise ude	0,272	0,182	0,054	0,634	0,072	-0,102	0,199	0,068	0,056
Ild fra ildsted	0,069	0,322	-0,070	0,058	0,798	0,015	0,098	0,075	0,089
Sommer	0,174	0,046	0,238	0,301	0,622	0,125	0,182	0,072	0,081
Stress	-0,012	-0,083	0,031	-0,027	0,068	0,800	0,003	0,161	0,010
Anspændt stemning	-0,038	0,035	-0,056	-0,040	0,052	0,756	-0,045	-0,157	0,035
Støj	-0,020	0,034	-0,163	0,519	-0,211	0,535	0,026	-0,010	-0,113
Fjernsyn	0,070	-0,109	0,040	0,090	0,018	0,006	0,865	0,012	0,031
Sofa	0,065	0,397	0,110	0,056	0,243	-0,075	0,633	0,008	0,004
Bog	0,035	0,097	0,122	-0,071	0,343	-0,186	-0,034	0,683	0,120
Hverdag	0,239	-0,163	0,289	0,077	-0,129	0,291	-0,125	0,614	-0,017
Alene	-0,083	0,282	-0,071	0,230	-0,035	0,003	0,383	0,592	-0,081
Fint porcelæn	0,156	0,005	-0,081	0,107	0,098	0,003	-0,051	0,095	0,822
Dug på bordet	0,188	0,414	0,268	-0,088	0,162	0,002	0,069	-0,141	0,617
Gode venner	0,377	0,068	0,281	0,275	0,318	-0,029	-0,146	0,023	-0,472
Kumulativ varians	22,6%	30,5%	37,2%	43,5%	49,0%	54,4%	59,0%	63,3%	67,2%

Tabel 9.5 Faktoranalyse på hyggeelementer

Variablene ’vinter’ og ’arbejdskolleger’ blev med ‘communalities’ på henholdsvis 0,46 samt 0,35 (< 0,5) udtaget af faktoranalysen, da begge havde for lidt fælles varians med de øvrige variable. Dernæst blev der gennemført endnu en faktoranalyse. En positiv Bartletts test of sphericity og Kayser-Mayer Olkins mål for ‘sampling adequacy’ (MSA) på 0,79 (> 0.5), indikerede, at den samlede korrelationsmatrice for de øvrige 26 variable var egnet til faktoranalyse. Faktoranalysen blev lavet med en varimax rotation, som er en ortogonal rotationsmetode

Resultaterne af faktoranalysen viser blandt andet, hvordan flere af de 26 situationselementer er stærkt korrelerende og danner flere faktorer. Der er god konsistens i analysen og samtlige variable loader signifikant på en faktor. Der er kun små og ubetydelige crossloadings. Resultatet af faktoranalysen viser blandt andet, at hyggeelementerne ’fødevarer af høj kvalitet’, ’god mad’, ’noget godt at drikke’ samt ’weekend’ tilsammen forklarer 22,6% af variationen blandt de 26 elementer. Med en Cronbach’s alpha på 0,75 indikerer dette en relativ høj reliabilitet (> 0,6), og da Cronbach’s alpha tenderer til at stige i takt med antallet af variable synes alpha-værdien, med udgangspunkt i fire variable, at være tilfredsstillende (Hair et al., 2005). Faktor 2 og 3 (elementet ’spise hjemme’ er i faktor 3 udtaget med for lav fællesværdi) har begge en acceptabel Cronbach’s alpha værdi på henholdsvis 0,76 og 0,68. De resterende faktorer har alle lave Cronbach’s alpha værdier (<0,6), og dermed en relativ lav intern konsistens variablene imellem.

Weekender adskiller sig fra hverdagene ved at være et tidsrum væk fra den hektiske hverdagsrytme, og derfor opprioriteres samvær og hygge. Det er dage, som er kendetegnet ved at have venner og familie i højsæde, og med et tidsmæssigt overskud til indkøb, tilberedning og nydelse af det gode måltid i hjemmet (Holm, 2001a, 2001b). Det kan være en af forklaringerne på den tætte forbindelse mellem ’fødevarer af høj kvalitet’, ’god mad’, ’noget godt at drikke’ samt ’weekend’. Ved disse hyggelige lejligheder skabes den gode atmosfære ofte ved ’dæmpet belysning’, ’stearinlys’ og ’dæmpet musik’, og derfor er det ikke overraskende, at disse elementer samles i en faktor.

Ligesom weekenden ofte danner rammerne for de hyggelige sammenkomster, så er fødselsdage og højtider også begivenheder, hvor familien på traditionel vis samles og tager sig tid til at hygge sammen. Derfor giver det også mening, at ’fødselsdage’, ’højtider’ og ’familie’ danner en faktor.

Mad og hygge

T-testen (se tabel 9.4) bekræfter, at mad og drikke udgør en vigtig del af hyggen. Vi samles omkring bordet til det store måltid, mødes til kaffe og kage, brunch eller en lille snack. Sjældent samles mennesker uden, at der indtages en eller anden form for mad eller drikke. Når der tilmed skal hygges, er maden på mange måder afgørende for hyggens etablering, og det er bestemt ikke ligegyldigt, hvad der serveres og spises. Ligesom individer tager forskelligt tøj på afhængig af situationen – er det en gallamiddag, en arbejdsdag eller en hjemmeaften på sofaen, så gør det samme sig gældende for fødevarer, da fødevarer, som andre produkter, har indlejrede kulturelle betydninger, der underbygger forskellige situationer. Fødevarer fungerer som repræsentationer af de sociale relationer og er underlagt koder af symbolske systemer, der kommunikerer og reflekterer mønstre af sociale forhold (Douglas, 1999; Douglas og Isherwood, 1979).

I spørgeskemaet præsenteres deltagerne for 15 fødevarer, som vurderes i forhold til, hvorvidt man kan forvente at få en given fødevare serveret i hver af de seks manipulerede situationer. De 15 fødevarer ligger i spændet mellem sund og usund, men mest interessant er de fire usunde fødevarer, 'slik', 'chips', 'kage' og 'sodavand' i kategorien *Spis mindst*, da disse hedonistiske fødevarer forventes at være signifikant overrepræsenteret i de hyggelige sociale situationer.

En faktoranalyse fortaget med de 15 fødevarer sammenlagt for alle situationer viser en interessant faktordeling. Først blev data testet for faktoranalysens egnethed i form af en Bartletts test of sphericity samt Kayser-Mayer Olkins mål for 'sampling adequacy' (MSA) på > 0,5, der bekræftede dataenes egnethed til faktoranalyse. Faktoranalysen blev lavet med en varimax rotation, og med lave fællesværdier < 0,5 blev 'vin', 'smør' og 'kernebrød' enkeltvis udelukket fra analysen. I forlængelse af faktoranalysen blev Cronbach's alpha for hver af de tre faktorer vurderet og accepteret med en værdi over 0,75, hvilket indikerer en høj reliabilitet (Hair et al., 2005). Der er god konsistens i faktoranalysen, da samtlige variable loader signifikant på en faktor, og der er ingen crossloadings.

Faktoranalyse på fødevarer			
	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Broccoli	0,833	0,005	0,076
Gulerødder	0,832	-0,045	0,003
Kylling	0,772	0,118	0,354
Ris	0,721	0,197	0,311
Pasta	0,704	0,129	0,286
Slik	0,127	0,875	-0,053
Chips	-0,073	0,792	0,221
Kage	0,228	0,757	-0,055
Sodavand	-0,015	0,711	0,231
Oksekød	0,244	0,038	0,873
Sauce	0,106	0,199	0,830
Kartofler	0,452	0,038	0,685
Kumulativ varians	38,3%	57,4%	68,8%

Tabel 9.6 Faktoranalyse på fødevarer

Resultatet af faktoranalysen tydeliggør, at de usunde fødevarer fra *Spis mindst*[29] kategorien (’smør’ er udtaget af faktoren med for lav fællesværdi) danner en faktor, mens de resterende fødevarer ikke grupperes efter næringsmæssig værdi, som først antaget, men efter måltidssammensætning. Faktor 3 er et godt eksempel på det traditionelle måltid bestående af kød, kartofler og sauce. I relation til det rigtige måltid, som diskuteret i kapitel 6, så mangler der dog en anden grøntsag, foruden kartoflerne, for at kunne svare prædefinitionen på det rigtige måltid (Murcott, 1982; Douglas, 1999). Mere interessant er faktor 1, som repræsenterer det moderne svar på det rigtige måltid, hvor kartofler er erstattet af ris eller pasta og i stedet for det traditionelle oksekød serveres kylling. Dertil er der grøntsager i form af broccoli eller gulerødder (Marshall og Anderson, 2002; Mäkelä, 2001).

[29] *Spis mindst* fødevarer: slik, chips, kage, smør og sodavand.

En ANOVA variansanalyse af dataene indikerer, at der ikke er situationsmæssige forskelle på fordelingen af fødevarerne i kategorierne *Spis mest*[30] og *Spis mindre*[31] (faktor 1 og 3), hvilket betyder, at spørgeskemadeltagerne giver udtryk for at man i alle seks situationer kan forvente, at få de to kategoriers fødevarer serveret. Der er ikke en eller flere af situationerne, hvor fødevarerne findes mere eller mindre egnet at servere. Maden er en repræsentation af de sociale relationer, som individer indgår i, og da fødevarerne kategoriseres i forhold til den givne situation, er det overraskende, at der ikke er signifikante forskelle mellem få eller flere af disse fødevarer. I spørgeskemaet spørges isoleret set ind til hver fødevare, uden at der tages højde for indflydelsesrige aspekter af selve fødevaren. Situationen står klart i spørgeskemaet, men ved yderligere refleksion synes fødevarer, som blandt andet 'kylling', 'oksekød', 'pasta' og 'sauce', at være vidtrækkende begreber. Hvor fødevaren er købt, kvalitet og pris, hvordan den er tilberedt, hvordan den serveres og kombineres med andre fødevarer kan selvsagt være meget varierende. Alle disse aspekter er af situationel betydning, og vil derfor også kunne have indflydelse på de betydninger, individer tillægger fødevaren (Marshall, 1993). Derfor vil der givetvis ofte være forskel på den måde en kylling tilberedes og serveres på, afhængigt af om kyllingen spises i eget selskab eller sammen med familie og venner, hvilket også må være tilfældet for de andre fødevarer. Dette forhold kan være en af årsagerne til, at fødevarer i kategorierne *Spis mest* og *Spis mindre* ikke er udslagsgivende i forhold til de respektive situationer.

De usunde fødevarer i *Spis mindst* kategorien, som danner faktor 2[32], viser i modsætning til de resterende fødevarer at variere i egnethed i forhold til de seks situationer. For at kunne sammenligne de seks situationer, er de fire usunde fødevarer i hver situation lagt sammen i variablen 'usunde fødevarer' og Bartletts test of sphericity samt Kayser-Mayer Olkins mål for 'sampling adequacy' (MSA) på > 0,5 viser, at den bagvedliggende korrelationsmatrice for de fire usunde variable i alle seks situationer er egnet til faktoranalyse. Faktoranalysen blev lavet med en varimax rotation, hvor alle fællesværdierne lå over 0,5, hvilket bekræfter en høj samvarians. Efter faktoranalysen vurderes Cronbach's alpha for hver situation, som alle har acceptable værdier, hvilket indikerer høj reliabilitet (> 0,7) (Hair et al., 2005).

[30] *Spis mest* fødevarer: kernebrød, kylling, kartofler, broccoli og gulerødder.
[31] *Spis mindre* fødevarer: pasta, ris, vin, sauce og oksekød.
[32] 'Smør' er udtaget af denne faktor og vil ikke fremadrettet være en del af benævnelse 'usunde fødevare'.

Cronbach's alpha						
	Situation 1	Situation 2	Situation 3	Situation 4	Situation 5	Situation 6
Usunde fødevarer	0,7	0,76	0,83	0,7	0,78	0,71

Note: For samtlige målinger af begrebet 'usunde fødevarer' havde 'smør' en for lav item-total korrelation, og er derfor taget ud af faktoren 'usunde fødevarer', som nu består af 'slik', 'chips', 'kage' og 'sodavand'.

Tabel 9.7 Cronbach's alpha på 'usunde fødevarer'

En oneway ANOVA variansanalyse med situationstypen som uafhængig variabel og 'usunde fødevarer' som afhængig variabel blev efterfølgende lavet med henblik på at finde de usunde fødevarers egnethed for servering i forhold til de seks situationer. Resultatet viser en signifikant forskel mellem flere af situationerne, hvilket indikerer at graden af hygge og den sociale konstellation har afgørende betydning for indtaget af usunde fødevarer ($F=24,264$, $P<0,01$).

ANOVA		
Situationstype	Usunde fødevarer gennemsnit	Usunde fødevarer sammenligning
Situation 1: Hygge med familien	5,19	1=4,6; 1>2,3,5
Situation 2: Hygge alene	4,79	2=3; 2<1,4,6; 2>5
Situation 3: Ikke hyggeligt (socialt)	4,96	3=2,6; 3<1,4; 3>5
Situation 4: Hygge med venner	5,38	4=1; 4>2,3,5,6
Situation 5: Ikke hyggeligt (alene)	4,23	5<1,2,3,4,6
Situation 6: Hygge med kolleger	5,14	6=1,3: 6<4; 6>2,5

Tabel 9.8 ANOVA resultater – usunde fødevarer

Resultatet af ANOVA analysen indikerer, at der er positiv sammenhæng mellem sociale situationer og indtag af usunde fødevarer. I sociale hyggelige situation med venner og familie findes det mest passende at indtage usunde fødevarer, som slik, chips, kage og sodavand, og der er ikke signifikant forskel på disse to situationer. Som tidligere ANOVA analyse viste, så er situationen med venner og god stemning, vurderet mest hyggelig, og det samme mønster viser sig i disse resultater, hvor usunde fødevarer findes allermest passende at få serveret hos venner. Der er ikke signifikant forskel på den hyggelige familiesituation og den hyggelige kollegasituation, og endvidere er der heller ikke signifikant forskel på den hyggelige kollega-situation og den ikke-hyggelige familiesituation. Det indikerer, at usunde fødevarer generelt findes passende at spise ved sociale lejligheder, både ved de hyggelige og ikke-hyggelige lejligheder. Selvom de usunde fødevarer i flere tilfælde har en positiv sammenhæng med graden af hygge, så viser resultatet også, at de sociale omgivelser er af afgørende betydning, så selvom stemningen er dårlig og hyggen ikke tilstede, så sættes der stadig usunde fødevarer på bordet.

Dette er meget i trit med undersøgelser lavet inden for dette felt, som viser, at der er tendens til større hedonistisk fødevareforbrug, når vi er sammen med mennesker, som vi er trygge ved og har godt kendskab til (Clendenen et al., 1994; Salvy et al., 2007; Wansink, 2006). Et ukontrolleret indtag af usunde fødevarer associeres i mange vestlige lande med manglende selvkontrol, og er behæftet med en lavere social accept (Lupton, 1996; Wansink, 2006). Mennesker ønsker som regel at vise sig fra sin bedste side, og derfor svælger de ikke i søde sager men har et mere kontrolleret madforbrug, når de er sammen med nye eller fremmede mennesker. Når mennesker derimod er samlet med nære bekendtskaber, som ved hyggelige, uformelle lejligheder, så lægges der ikke bånd på den personlige udfoldelse, og der tages for sig af de søde og fede madvarer, som stilles på bordet (Clendenen et al., 1994; Salvy et al., 2007). Det kunne naturligvis have været interessant at tilføre undersøgelsen en ekstra dimension, ved at undersøge en situation med fremmede mennesker, hvor det må formodes, at fødevarer som chips, kage, slik og sodavand findes mindre passende at servere. Dette blev imidlertid fravalgt, da spørgeskemaet med de seks situationer var forholdsvist omfattende med en besvarelsestid på 20 minutter. En forlængelse af spørgeskemaet med en yderligere situationsbeskrivelse og tilhørende spørgsmål kunne give anledning til, at spørgeskemadeltagerne mistede koncentrationen og interessen.

Resultatet af ANOVA analysen indikerer endvidere, at de individuelle situationer (situation 2 og 5) er lejligheder, hvor det findes mindst passende at spise chips, slik, kage og sodavand.

Undersøgelser lavet blandt danske forbrugere indikerer, at kvinder generelt er mere fokuseret på at leve sundt, og en større andel kvinder end mænd tilstræber dagligt at leve efter de otte officielle kostråd (ATV, 2007). Kvinder er mere sundhedsorienterede, og derfor må det antages, at kvinder generelt finder det mindre passende at få serveret usunde fødevarer i de seks situationer, end tilfældet er for mændene. ANOVA analysen med split mellem kvinder og mænd viser ikke et tydeligt mønster på tværs af de seks situationer. Resultaterne af analysen viser mod forventning, at der er signifikant forskel på kvinder og mænd i enkelte situationer som situation 1 (hygge med familien), situation 3 (ikke-hygge med familien) og situation 6 (hygge med kolleger), hvor kvinder finder det mere passende end mænd at servere usunde fødevarer. Det må tilskrives kvinders og mænds forskellige rolle i hjemmet. Som tidligere påpeget er hjemmet stadig kvindernes domæne, hvor det falder kvinderne naturligt at sørge for resten af familien og eventuelle gæster (DeVault, 1991; Charles og Kerr, 1988). Det gælder naturligvis også den mad, der sættes på bordet ved sociale sammenkomster, hvor kvinderne givetvis er mere opmærksomme på, hvad der sættes på bordet. Usunde fødevarer hører sig hyggelige situationer til (jf. tabel 9.8), og trods en større sundhedsbevidsthed hos kvinder, er kvinder underlagt sociale praksisser, der foreskriver, hvad der bør serveres ved hyggelige lejligheder.

Alkohol og hygge

Drikkevarer er, ligesom fødevarer, behæftet med forskellige betydninger, der gør det muligt for individer at placere drikkevarer i et betydningssystem, hvor drikkevarernes relative betydning fremkommer i det samlede system. Systemet fungerer som en fælles referenceramme for kulturens medlemmer, og betyder, at individer i samme kultur deler en forståelse af, hvornår bestemte drikkevarer findes passende og upassende at servere. Det skyldes, at vi gennem valg af drikkevarer kommunikerer den betydning, vi tillægger situationen, men omvendt er situationen også determinerende for de drikkevarer, der serveres (Douglas og Isherwood, 1979; Marshall, 1993).

'Vin' tilhører den midterste spis-kategori, *Spis mindre*, da danskerne generelt indtager for meget alkohol i henhold til den offentlige udmelding om, at ét glas vin om dagen er sundt (Kjøller et al.,

2007). For mange individers vedkommende indgår alkohol som øl og vin i måltidet, som enhver anden fødevare, og er derfor ikke længere kun forbeholdt særlige lejligheder eller begivenheder. I den tidligere faktoranalyse inkluderende alle 15 fødevarevariable (se tabel 9.6) blev 'vin' frasorteret med for lav fællesværdi, der indikerede, at 'vin' ikke kan placeres inden for de tre faktorer. Trods vin ofte hører til måltidet, og derfor burde indgå i måltidssammensætningen, som repræsenteret i faktor 1 og 3, så er vin stadig en binær opposition til mad, da vin er flydende og mad fast (Douglas og Nicod, 1974). Dette kan være en af forklaringerne på, at vin i faktoranalysen ikke havde tilstrækkelig fælles varians med andre fødevarer.

Med interessen for at undersøge hvorvidt servering af vin findes mere eller mindre passende på tværs af de seks situationer, laves en oneway ANOVA variansanalyse med situationstypen som uafhængig variabel og 'vin' som afhængig variabel. Resultatet viser en signifikant forskel mellem flere af situationerne, hvilket indikerer, at graden af hygge og den sociale konstellation har betydning for indtaget af vin ($F=200{,}703$, $P<0{,}01$).

ANOVA		
Situationstype	Vin gennemsnit	Vin sammenligning
Situation 1: Hygge med familien	6,42	1=4,6; 1>2,3,5
Situation 2: Hygge alene	3,86	2<1,3,4,6; 2>5
Situation 3: Ikke hyggeligt (socialt)	5,51	3<1,4,6; 3>2,5
Situation 4: Hygge med venner	6,42	4=1,6; 4>2,3,5
Situation 5: Ikke hyggeligt (alene)	3,42	5<1,2,3,4,6
Situation 6: Hygge med kolleger	6,45	6=1,4: 6>2,3,5

Tabel 9.9 ANOVA resultater - vin

Resultatet af variansanalysen bekræfter, at vin hører til hyggen uanset graden af hygge og upåvirkelig af den sociale konstellation. Når familie, venner og kolleger samles en aften og stemningen er god, så er det passende at sætte vin på bordet. Der er ikke signifikante forskelle på, hvorvidt det er mere eller mindre passende at få serveret vin hos henholdsvis familie, venner og kolleger. Dog er der forskel på den sociale familiesituation, hvor der er dårlig stemning og ikke-hygge. Resultatet viser i denne situation, at der er signifikant forskel på de tre sociale hyggesituationer og den sociale ikke-hyggesituation, således at servering af vin findes mere passende i de tre sociale situationer med god stemning.

Analysen indikerer, at vin drikkes i sociale lag, og det øjensynligt forekommer mindre naturligt at åbne en flaske vin i eget selskab. Der er signifikant forskel på de to individuelle situationer, hvor det i situationen med dårlig stemning findes mindst passende at nyde et glas vin.

I t-testen (tabel 9.4) blev det tydeligt, at 'noget godt at drikke' ligger i den øvre kvartil og derfor har stor betydning for hyggen. Vin er specielt kendetegnet ved at være en del af nydelsen ved en god middag, hvor netop den gode smag og kulturelle kapital kommer til udtryk i kraft af den vin, der serveres (Bourdieu, 1984). Der findes et stort spekter af vine i alverdens prisklasser og forskellige kvaliteter. Vin er behæftet med en stor kulturel betydning, og det kræver viden og besiddelse af den rette kapital, for at bruge Bourdieus terminologi, at forstå de koder som forskellige vine har indlejrede. Servering af bestemte vine og bestemte fødevarer er en del af en privat markering, der inkluderer og ekskluderer individer. Forbrug af mad og vin er en social manifestation, hvor individet markerer sin sociale position i det sociale hierarki (Bourdieu, 1984; Douglas, 1999).

I forlængelse af ANOVA analysen blev analyseresultatet splittet op mellem kvinder og mænd med henblik på at undersøge, om der var forskel på kønnenes opfattelse af vins egnethed for de seks situationer. Undersøger foretaget blandt danske forbrugere viser, at mænd drikker mere alkohol end kvinder (Kjøller, 2007), og derfor må det formodes, at mænd i enkelte situationer finder vin mere passende at servere, end tilfældet er for kvinder. Resultatet af analysen viser ikke et tydeligt mønster på tværs af de seks situationer, hvor der kun er signifikant forskel på kvinder og mænd i situation 4 (hygge med venner) og situation 6 (hygge med kolleger). I disse to situationer finder kvinderne det mere passende end mændene at servere vin. Som tilfældet var med usunde fødevarer,

så understøtter dette tesen om at hjemmet, og især køkkenet, er kvindernes område, hvor kvinderne påtager sig ansvaret for den mad og drikke, der serveres (DeVault, 1991; Charles og Kerr, 1988).

Opsamling og diskussion

I dette kapitel blev resultaterne af afhandlingens kvantitative analyser gennemgået. Hyggefænomenet var genstand for undersøgelsen, som havde til formål at give en større indsigt i konstitueringen af hygge og de situationsbetragtninger, som bidrager i større eller mindre grad til etablering af en hyggelig situation. Samtidig var sigtet at undersøge hvilke fødevarer, der findes passende at spise ved hyggelige lejligheder. Resultaterne af analyserne påpeger, at den sociale konstellation har afgørende betydning for opfattelsen af hyggen, således at situationer med tætte relationer, som familie og venner opleves som mere hyggelige end hygge med kolleger og i eget selskab. Det bekræftes af en t-test (tabel 9.4) lavet med udgangspunkt i 28 hyggeelementer, hvor gode venner og familie er placeret i den øvre kvartil af testen, som de elementer der bedst karakteriserer en hyggelig situation. Samme test viser, at god mad og drikke har afgørende betydning i hyggesituationer, ligesom weekend, sommer, højtider, stearinlys og ild fra ildsted er elementer, som ud af de 28 situationskarakteristika bidrager mest til etableringen af hygge.

Som antaget spiller fødevarerne en afgørende rolle i hyggelige situationer, hvor yderligere analyser bekræfter, at usunde fødevarer, som slik, chips, kage og sodavand, specielt indtages i sociale sammenhænge med og uden hygge. De usunde fødevarer sættes også på bordet, selvom stemningen er dårlig. Dette gør sig dog ikke gældende for alkoholens vedkommende, hvor analyserne viser, at vin serveres ligeligt i alle tre hyggelige situationer, men er ikke ligeså passende at få serveret i den sociale situation, hvor stemningen er dårlig. Både for usunde fødevarer og vin gælder, at de findes mindre passende at indtage i individuelle situationer.

De manipulerede situationer, som blev valideret før undersøgelsens start, synes at være blevet opfattet som tilsigtet af spørgeskemadeltagerne. I samspil med de øvrige foretagne foranstaltninger vedrørende undersøgelsens reliabilitet og validitet, som beskrevet i kapitel 8, peger disse forhold på, at undersøgelsen ikke er belastet af ringe intern validitet. Det må derfor med rimelighed antages, at undersøgelsens resultat kan tillægges en vis betydning og bruges som empiri i denne afhandling, samt som fundament for fremtidig forskning og analyse.

Flere af undersøgelsens implikationer kan henføres til de metodemæssige begrænsninger, når et så multidimensionalt fænomen som hygge undersøges. Hygge afgrænses i undersøgelsen til bestemte situationer, hvilket betyder, at de fundne resultater bør ses i lyset af disse situationer, og yderligere undersøgelser bør iværksættes for en bredere forståelse af fænomenets udfoldelse i andre kontekster. Det samme gør sig gældende i forhold til de 28 elementer, som også har sine begrænsninger ved at være prædefinerede kategorier, der ikke åbner op for spørgeskemadeltagernes videre opfattelse af hyggelige situationskarakteristika. Det er naturligvis de forhold, der arbejdes under ved brug af en kvantitativ metode som et spørgeskema, og derfor tager afhandlingens kvalitative undersøgelse også over, hvor spørgeskemaet har sine begrænsninger.

Analyserne af fødevarernes egnethed i de seks situationer viser interessante resultater, da den usunde kategori, som er repræsenteret af brede produktgrupper som slik, kage, sodavand og chips, findes mest passende at servere i de sociale situationer. Da måltidet ofte er samlingspunktet, når mennesker mødes må det også formodes, at der generelt spises mere, når vi er samlet. Wansink (2006) bekræfter i uddybende analyser af fødevareadfærd, at vi spiser op til 96% mere, når en større gruppe personer samles til et godt måltid. Der spises mere usundt, ifølge analyseresultaterne, men er det kun for meget usundt mad, der spises? Spørgsmålet falder tilbage på mængden af usunde fødevarer, som indtages ved hyggelige sammenkomster, og hvorvidt de usunde fødevarer er overrepræsenteret i forhold til sunde fødevarer, når der skal hygges. Er hyggesituationer kun usunde? Og er der bestemte fødevarer, som er særlig egnet til hygge? Det vil afhandlingens kommende undersøgelse forsøge at give svar på.

Alkohol viser sig at være en essentiel bestanddel af det sociale samvær. Vin er valgt til at repræsentere alkoholkategorien, da det antageligt er den mest almindelig alkoholiske drik til en aftenmiddag. Der kan dog argumenteres for, at øl også er ved at vinde indpas til aftenmåltidet, da ølkategorien de sidste år er blevet langt bredere grundet de mange specialøl, som er introduceret på markedet. Øl er, i kraft af et større udbud i smag, kvalitet og pris, blevet et produkt, der indgår i flere situationelle sammenhænge, som blandt andet aftenmåltidet. I undersøgelsen kunne det have været interessant at inddrage øl i alkoholkategorien, og undersøge hvorvidt samme tendens gør sig gældende for øl, og dermed have flere indikationer på at alkohol hører sig sociale lejligheder til.

Flere af de begrænsninger, implikationer og nye spørgsmål, som opstår i kølvandet på den kvantitative undersøgelse, vil blive bragt videre til afhandlingens næste undersøgelse. Kendetegnet ved en multimetodisk tilgang, som anvendes i denne afhandling, er netop at de udvalgte metoder har forskellige tilgange til problemstillingen og dermed afdækker divergerende aspekter af undersøgelsesgenstanden. Derfor vil metodetrianguleringen også medføre, at flere af hullerne i den kvantitative undersøgelse, givetvis vil blive fyldt ud i den kommende undersøgelse. Og omvendt vil brugen af andre metoder ikke være i stand til at producere den viden, som er fremkommet gennem den kvantitative undersøgelse.

I det kommende kapitel 10 gennemgås metoden for afhandlingens kvalitative undersøgelse.

Kapitel 10

Kvalitativ undersøgelse af hyggefænomenet

Den kvantitative undersøgelse har åbnet op for ny viden om hyggefænomenet og nogle af de fødevarer, som spises i hyggesituationer. Med inspiration fra de kvantitative resultater og den litterære viden inden for området, udformes afhandlingens kvalitative undersøgelse, der som den kvantitative undersøgelse har et todelt formål, (1) at skabe en større indsigt i hyggefænomenets betydning og konstituering, samt (2) undersøge fødevarepraksisser i hyggelige situationer.

Flere af de resultater, der er fremkommet af spørgeskemaanalysen, skabte interesse for en yderligere uddybning, samt en forståelse af hyggefænomenet og de sociale praksisser, der udspiller sig, når mennesker samles til hyggeligt samvær. Hvad er hygge? Hvordan skabes hygge? Hvordan bidrager maden til det hyggelige samvær? Hvilke fødevarer indtages, når der skal hygges? Er hygge usundt? Og ødelægger det en hyggelig sammenkomst, hvis man takker nej til mad og drikke eller tager sin egen mad med? Disse spørgsmål er blot en del af den nysgerrighed, der ligger til grund for den kvalitative undersøgelsen. Til belysning af disse forskellige vinkler og øvrige perspektiver af hyggefænomenet, har jeg valgt at lave et fokusgruppeinterview.

Inden den konkrete analyse præsenteres i de kommende kapitler 11 og 12, vil jeg gennemgå den metodemæssige fremgangmåde, der er benyttet til empiriindsamling og bearbejdning af empiri. I dette kapitel præsenteres de overvejelser, som ligger til grund for valget af netop fokusgruppeinterview til belysning af afhandlingens problemstilling, samt hvordan deltagerne i

fokusgruppen er udvalgt. I forlængelse af en kort præsentation af deltagerne introduceres spørgerammen og procedurerne, samt hvordan den indsamlede empiri er bearbejdet. Kapitlet slutter af med en vurdering af undersøgelsens troværdighed og en introduktion til de kommende analyser.

Baggrund for fokusgruppeinterview

Den kvalitative undersøgelse, der vælges til belysning af afhandlingens problemstilling, er som nævnt fokusgruppeinterviewet. Formålet med fokusgruppeinterviewet er at få en dybere indsigt i de betydninger, det sociale fænomen 'hygge' tillægges, samt hvilken rolle fødevarer spiller ved hyggelige lejligheder. Et fokusgruppeinterview adskiller sig fra individuelle interviews ved at have en interaktion imellem deltagerne, der giver adgang til mange varierende perspektiver af det fænomen, som udforskes, da empirien produceres som resultat af gruppeinteraktionen (Carson et al., 2001). Fokusgruppeinterviews har sin styrke ved at bidrage med viden om, hvordan sociale processer og praksisser fører til bestemte indholdsmæssige fortolkninger (Halkier, 2002). Hygge udspiller sig især ved sociale lejligheder, og derfor vil en stor del af betydningsdannelsen ske via sociale praksisser og erfaringer. Et fokusgruppeinterview kan være med til at give en forståelse af de sociale mekanismer, der indvirker på praksisser og betydningsdannelser (ibid.). Desuden er hyggefænomenet så kulturelt funderet og forankret, at det kan være svært at sætte ord på og forklare, hvorfor et fokusgruppeinterview i kraft af gruppedynamikkerne kan åbne op for nogle af de bagvedliggende og ubevidste opfattelser, tanker, normer og praksisser, der skaber mening for gruppen eller blot for enkelte individer.

Bourdieus (1984, 1990, 2005) praksisteori spiller en central rolle i det analytiske arbejde med empirien, og har også haft indflydelse på netop valget af fokusgruppeinterviewet, samt de overvejelser, som er gjort i forbindelse med udvælgelse af deltagere og gennemførelse af interviewet. Bourdieu har gennem mange års feltarbejde benyttet flere forskellige metoder, her især etnografiske studier, for at klarlægge sociale praksisser inden for udvalgte felter. Som præsenteret i Bourdieus praksisteori i kapitel 7, så anskuer Bourdieu menneskets handlinger, som styret af en indre praktisk sans, der er guidende for, hvordan man gebærder sig i den sociale verden (ibid.). Denne sans kalder Bourdieu for 'habitus' og den fungerer som en kausal kraft, der får handlinger og perceptioner til at fremstå meningsfulde for individet og dets omverden. Som en kropsliggjort, indlejret praktisk viden der, ubevidst snarere end diskursivt, kommer til udtryk via menneskets

praksisser og adfærd (ibid.). Netop fordi den praktiske viden er så nonverbal og kropsligt indlejret, mener Bourdieu at det er vanskeligt for individer, at fortælle om disse praksisser, og det vil være misvisende at analysere praksisser alene på baggrund af sproglige udsagn. Individer gør mere, end de er bevidste om, og individers forståelse og fremstilling af virkeligheden vil muligvis ikke være i overensstemmelse med, hvad de faktisk gør, så derfor kan det være svært at udlede praksis. Bourdieu mener ikke, at det individer siger, hverken reflekterer eller producerer, hvad de gør. Denne diskrepans indebærer, at en dybere analyse af praksisser må inkludere indsamling af udvalgte former for empiri, hvoraf etnografiske studier kunne være en mulighed, da denne empiriske metode gør det muligt at iagttage praksisser på microniveau (Wilken, 2005).

Med denne udmelding burde valg af metode være mere i retning af et etnografisk studie, frem for et fokusgruppeinterview. Men når det så alligevel er interessant at høre menneskers fortællinger om egne praksisser, så skyldes det, at disse fortællinger afspejler deres forståelse af, samt de betydninger, de tillægger givne handlinger. Hvorfor de gør, som de gør. Det bliver således menneskenes kontekstualiserede bud på og fremstilling af, hvordan virkeligheden skal tackles og forstås, hvilket er en kilde til refleksion hos forskeren og den videre produktion af viden (Halkier, 2002). Som Berger og Luckmann (1966) understreger, så er det individers udsagn og fortællinger, der producerer virkeligheden. Det er interessant at forholde sig til, hvad forskellige individer siger, gør og mener om fænomenet hygge, fordi hygge er et begreb og en virkelighed, der udelukkende er noget i kraft af de meninger, som individet tillægger den, og som omvendt giver mening for individet. De fleste begreber, fænomener og forbrugsobjekter er forankret i en social verden, der i relation til individer henviser til en fælles forståelse af virkeligheden og en opfattelse, der bunder i en naturlighed i den måde tingene er struktureret på. Schatzki (1996) fremhæver endvidere, at sammenhængen mellem at sige og gøre er en central del af en praksis, og derfor vil der også være overensstemmelse mellem, hvad individer siger og rent faktisk gør. Jeg tilslutter mig denne position, hvilket understøtter vigtigheden af individers fortællinger, men jeg erkender også, at meget af den daglige kommunikation er nonverbal (Zaltman, 1997). Derfor gøres der i fokusgruppeinterviewet også brug af andre teknikker, som kollagekonstruktion og observation af gruppen.

Udvælgelse af deltagere

Der er mange overvejelser, som skal gøres, før fokusgruppeinterviewets konkrete udførelse. Først og fremmest står valget mellem antal og sammensætning af deltagere. Typisk sammensættes en gruppe af seks til tolv personer, og til denne fokusgruppe udvælges seks personer, da en mindre gruppe angiveligt har en styrke i forhold til at fastholde konversationer og give en dybere dialog (Carson et al., 2001; Halkier, 2002). Samtidig er overvejelserne i forbindelse med en mindre gruppe, at stemningen i gruppen bliver mere uformel, nærværende og tryg – måske endda hyggelig! Det er vigtigt, at de personer som indgår i gruppen, er forholdsvis afslappede i hinandens selskab, og der skabes et forum, hvor der frit kan gives udtryk for egne meninger (Esterberg, 2002).

Sammensætningen af fokusgruppedeltagerne inspireres af resultaterne af den kvantitative undersøgelse og Bourdieus (1984, 1990, 2005) socialteoretiske anskuelser. Vigtigst er dog, at de rette personer vælges med henblik på at producere forskellige perspektiver på undersøgelsens genstandsområde. Resultatet af spørgeskemaet indikerede, at der var forskel på mænd og kvinders opfattelse af hyggesituationer, og samtidig må det antages, at der er andre karakteristika, som for eksempel livsfase, socialgruppe osv., der har indflydelse på den betydning hygge tillægges.

Bourdieus praksisanalyser viser, at en persons historiske, sociale og kulturelle karakteristika er af betydning for de praksisser, der udføres, samt forståelsen heraf. Dette tages der højde for i udvælgelsen af deltagere. Samling metoden er derfor 'theory based' (Miles og Huberman, 1994), da hensigten er at udvælge personer, som ud fra Bourdieus socialklassebetragtning har relativt forskellige sociale positioner. Med det udgangspunkt er seks personer valgt med variation i køn, alder, uddannelsesmæssige profil og livsfase. Deltagerne er alle fundet perifert i det sociale netværk, dog uden et dybdegående personligt kendskab til deltagerne eller nogen form for indbyrdes kendskab deltagerne imellem.

Ved brug af Bourdieu i analysemæssig sammenhæng er det ikke nok at have kendskab til deltagernes holdninger og opfattelser i forhold til de undersøgte fænomener. Det er en nødvendighed at forstå de dybereliggende sociale, historiske og kulturelle forhold, der har betydning for det verdensbillede, som en person har. Bourdieu arbejder med socialklasser, men hensigten med denne undersøgelse er ikke udelukkende at placere deltagerne i et større socialt hierarki, men derimod at få en forståelse for deres sociale og historiske livsbetingelser, der er

determinerende for de holdninger, opfattelser og praksisser, som hver person har. I forlængelse af diskussionen af socialklassebegrebet i kapitel 7, har jeg valgt at anskue klassegrupperingen ud fra samme multidimensionale vinkel, som blandt andre Allen (2002), og vurdere deltagernes relative sociale tilhørsforhold ud fra oplysninger om uddannelse, indkomst, beskæftigelse, forældres beskæftigelse samt varierende livsstilsforhold. I forbindelse med fokusgruppeinterviewets afholdelse blev der derfor udsendt en mail til hver deltager med spørgsmål relateret til personen og dennes liv.

- Hvad er din beskæftigelse?
- Hvad er din alder?
- Hvor mange er I i husstanden?
- Hvor bor du?
- Hvad er din årlige bruttoindkomst?
- Hvordan vil du beskrive dig selv?
- Fortæl om din opvækst – blandt andet, hvor du er født og opvokset
- Fortæl om din uddannelse og tidligere jobs
- Hvad er dine forældres primære uddannelse og beskæftigelse gennem deres arbejdsliv?
- Hvad interesserer du dig for?
- Hvad er vigtigt for dig i livet?
- Hvad tror du din fremtid bringer?
- Hvilke programmer ser du i fjernsynet?
- Hvilke aviser, magasiner og/eller bøger holder du af at læse?
- Hvad er dine fritidsinteresser?
- Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på madlavning i løbet af en uge?
- Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på indkøb af madvarer i løbet af en uge?

Dette gav et mere indgående kendskab til deltagerne, og satte mig i stand til at vurdere deltagernes indbyrdes ligheder, forskelligheder og sociale positioner. Jeg vil i det kommende give en mere fyldestgørende præsentation af hver deltager, frem for blot at fokusere på demografiske personkarakteristika. Det er nødvendigt at have dette kendskab til deltagerne, for at kunne forstå

deres sociale tilhørsforhold og relative position, som de taler ud fra. Navnene på de seks deltagere er anonymiseret.

Jan

Jan er 48 år og bor med sin hustru og to af parrets tre børn i København, hvor han også er født. Han beskriver selv sin opvækst, som en del af en kernefamilie, hvor de borgerlige traditioner blev holdt i hævd, hvilket indebar fejring af fødselsdage, højtider, ferie i sommerperioden og aftensmad til samme tid hver dag. For ikke at glemme familiens daglige avis og den fælles tv-sening lørdag aften. Jan har boet flere steder i landet, da familien flyttede en del efter faderens job, og han har derfor gået på fire forskellige folkeskoler og lært at få nye kammerater ret hurtigt. Jans far er uddannet jurist og i dag ansat som direktør for en større offentlig virksomhed, mens Jans mor er uddannet pædagog og har været ansat i diverse daginstitutioner samt været børnehaveklasselærer.

Jan blev student i Ribe, hvorefter han flyttede til København og læste til arkitekt. Derefter startede han sin egen tegnestue, men blev træt af jobbet som selvstændig, og fik job som uddannelsesleder på en grafisk uddannelsesinstitution. I forlængelse heraf har Jan taget en ph.d. uddannelse, og er i dag ansat som adjunkt på en større uddannelsesinstitution i København.

For Jan er det vigtigt, at have det sjovt og rart med familie, venner og kolleger og han kan i det hele taget rigtig godt lide at være sammen med mennesker, hvorfor han også flyttede sammen med nogle venner i et kollektiv, da han først flyttede hjemmefra. Det udmunder også i, at han er mest til holdsport, som for eksempel volleyball, der dyrkes jævnligt. Derudover interesserer Jan sig for 'det der er smukt', hvilket kan være arkitektur, design, landskaber, byer, musik, litteratur eller samfundsforhold. Men også mad, som han ugentligt bruger meget til på at lave. Tv ser han ikke, men til gengæld holder han tre forskellige aviser og læser flere fagtidsskrifter, der giver ham viden, samt underholder og overrasker. Jan interesserer sig for at lave mad, rejse, bygge om og være fysisk aktiv, og håber på at fremtiden bringer masser af gode overraskelser og uforudsete oplevelser.
Jans årsindkomst er ca. 400.000 kr.

Kim

Kim er 38 år og bor i Hillerød nord for København sammen med sin hustru og deres knap 2 år gamle dreng. Kim er opvokset i, hvad han vil betegne som trygge omgivelser i Hundested med sin

mor, far og storebror. Kims mor og far formåede at have god tid til børnene, trods det at begge forældre var selvstændige og arbejdede i hver deres familieforetagende. Kims mor overtog morfarens farvehandel, hvor hun blev udlært farvehandler, mens Kims far var udlært smed og startede i familiens entreprenørfirma. Kim gik ud af 10. klasse og kom i lære som traktormekaniker, da hensigten var, at han skulle overtage sin fars firma. Sådan gik det nu ikke helt, da Kim kedede sig i firmaet og startede med at læse til maskinmester. Siden har han haft forskellige jobs som salgsingeniør, sikkerhedsleder, leder af vedligeholdelsesafdelingen og arbejder nu til dagligt som byggeadministrator i en større offentlig virksomhed.

For Kim er familie og venner vigtigt, samt at være tro mod sig selv og følge sine drømme. Han holder af at spille golf, badminton og meditere, hvis han ikke ser krimi-/komedieserier eller nyheder i tv. Han læser lokalaviser, bøger om personlig udvikling og mandemagasinet M! og så har han ingen idé om, hvad fremtiden bringer, udover at han håber på lykke, kærlighed og masser af oplevelser.
Kims årsindkomst er ca. 600.000 kr.

Pernille

Pernille er 53 år og bor alene i en lejlighed i Vallensbæk syd for København, da hendes voksne søn er flyttet hjemmefra. Pernille er født i Københavnsområdet og har de første 7 år af hendes liv boet i Bellahøj højhusene lige uden for København, hvorefter hun med sin mor, far og bror flyttede til Vallensbæk. Pernille ser ikke sin opvækst som særlig tryg eller spændende, da hun voksede op med forældre, der levede som hund og kat, og lod deres frustrationer gå ud over hende og hendes bror. Hun var meget overladt til sig selv, og mener at hendes deltagelse i holdsport, som håndbold, med mange gode kammerater og deres hjem og familie, var det der reddede hendes selvværd. Pernilles mor er bogholder og hendes far kedelpasser, men selv tog Pernille realeksamen og startede på gymnasiet, hvor hun valgte at stoppe inden 3g. Hun blev derefter uddannet lægesekretær og har gennem tiderne blandt andet solgt it til lægepraksisser og advokater. De sidste 20 år har Pernille være ansat som sekretær i forskellige fagbevægelser og forbund.

Pernille interesserer sig for mennesker, bøger, musik, sport, samfundsdebatter, politik og så er det vigtigt for hende, at hendes nærmeste trives og har det godt. Hun holder af at være sammen med mennesker, som hun har det godt med, og derudover er det vigtigt, at hendes arbejdsliv er

velfungerende, og at hun trives i sin bolig og dyrker noget motion. Hun holder af at læse forskellige aviser, biografier og historiske romaner samt se sport, film, dokumentar og nyheder i tv. Hvad fremtiden bringer ved Pernille ikke. Det må tiden vise.
Pernilles årsindkomst er ca. 410.000 kr.

Karina

Karina er 40 år og netop flyttet ind i en lejlighed i København, hvor hun bor alene. Karina er født i Valby, men efter et par år flytter familien til et parcelhusområde i Solrød syd for København, hvor Karina tilbringer sin barndom i, hvad hun kalder en kernefamilie med mor, far, storebror og lillesøster. Deres hjem var altid åbent for kammerater og huset fyldt med veninder, når Karina ikke var til ridning, med familien på bondegårdsferie eller på kanoture rundt i Europa. Karinas mor er uddannet lærer og arbejder deltid under meget af Karinas opvækst, mens hendes far arbejder som ingeniør, hvor han i en længere periode inden pensionsalderen havde en stilling som direktør. Karina tog, som sin mor, en læreruddannelse, men valgte efter nogle år at videreuddanne sig til psykolog. I dag arbejder hun som børnepsykolog, samtidig med at hun har uddannet sig til klinisk hypnoseterapeut.

Karina interesserer sig for familie, venner, sprog, kultur og sport, og det er vigtigt for hende, at hendes nærmeste har det godt og er sunde og raske. Når hun tænder fjernsynet, ser hun alt fra nyheder til komedieserier og er ligeså bred i hendes interesse for aviser, magasiner og bøger, hvor hun læser alt fra Politiken til modemagasinet In samt krimi, historiske og sjove romaner. Karinas fritidsinteresser spænder også bredt og indbefatter løb, taekwondo, sprog, at male, samt have nogle kulturelle oplevelser sammen med familie og venner. Og så tror hun fremtiden hovedsageligt bringer gode ting, med x antal forstyrrelser undervejs, der blot vil bidrage til en dybere positiv udvikling.
Karinas årsindkomst er ca. 440.000 kr.

Tobias

Tobias er 29 år og bor i en lejlighed i København sammen med sin kæreste. Tobias betegner sin opvækst som yderst tryg og traditionel, da han er født og opvokset i provinsen i et parcelhuskvarter i byen Mosede syd for København. Tobias er gået i sin fars fodspor og er ved at uddanne sig til lærer, hvor han studerer på læreseminaret i København og er på sidste år. Tobias far er

folkeskolelærer, mens hans mor arbejder som tandlæge. Tobias holder meget af sport i form af ski, fodbold, fitness og har fuld knald på i hverdagen, selvom han også vil betegne sig selv som et familiemenneske, der generelt i livet finder familien, venner, sport og sit gode humør vigtigt. Det er også disse trygge prioriteter, der dukker op, når forventningerne til fremtiden beskrives, da Tobias håber på et godt job, dejligt ægteskab, børn og hus samt gode venner. Når fjernsynet tændes ser Tobias alt fra krimier og aktion til komedier, sport og Discovery Channel. Ellers læser han ingen aviser eller bøger udover gør-det-selv blade/bøger, da han også har en stor interesse for det håndværksmæssige samt computere.
Tobias årsindkomst er uoplyst.

Marianne

Marianne er 56 år og bor i et hus i Brønshøj ved Utterslev Mose sammen med sin mand, som hun har været gift med gennem 39 år. Sammen har de to piger, som begge er flyttet hjemmefra. Marianne er født og opvokset i København med sin storesøster og lillebror, først på Frederiksberg, hvorefter familien flyttede til Emdrup i udkanten af København. Mariannes mor er kontoruddannet og har gennem sit liv arbejdet deltid i blandt andet en bank og i andre kontorjobs, mens Mariannes far er kemiingeniør og primært har arbejdet inden for dette fagområde. Marianne er gået i sin mors fodspor og har uddannet sig i en bank, hvor hun har taget forskellige bankuddannelser. Derefter blev hun ansat i en større dansk bank og valgte at læse merkonom ved siden af sit arbejde. Hun har i dag været i den samme koncern i 32 år og fra at være gruppeleder inden for økonomi- og finansieringsområdet, er hun i dag projektleder med it-udvikling som speciale.

Marianne interesserer sig for sine nære – familie og venner, og går op i sundhed, hvoraf en vigtig del er sund og spændende mad, som hun ugentligt bruger en del timer på at lave. Køkkenet er dog primært hendes mands domæne. Derudover går Marianne op i kunst, kultur og rejser, og hende og hendes mand kan godt lide at tage på rejser til Tjekkiet og Irland, hvor de kan smage specialøl. Det er vigtigt for Marianne, at der er kvalitet i det, hun beskæftiger sig med, så hun ikke spilder sin tid, hvorfor hun også kun ser nyhederne i tv og få udvalgte serier, som blandt andet DR1s store produktion Familien Sommer. Hun læser aviserne Berlingske Tidende og Børsen samt motionsmagasinet I Form, og tror at fremtiden bringer masser af arbejde, men forhåbentlig også fritid på fuldtid, så der er tid til børnebørn. Og så skal Marianne og hendes mand ud og se verdenen, se mere kunst, høre flere koncerter, og hvis aktiekurserne stiger, skal hele familien holde ferie

sammen i et fedt hus i Umbrien, Italien. For som Marianne siger: ”*Hvis skatten bliver sat ned, bliver livet sjovere for mig.*”
Mariannes årsindkomst er ca. 580.000 kr.

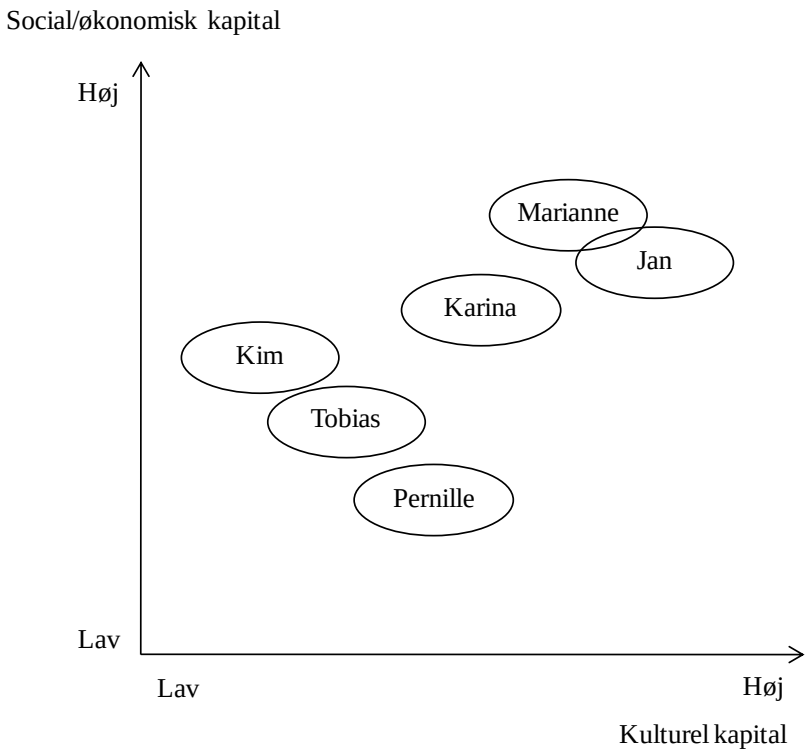
Positionering af deltagerne

Ifølge Bourdieu (1984) kan et individs sociale placering bestemmes ud fra individets besiddelse af relevante kapitaler, som social, økonomisk og kulturel kapital (gennemgået i kapitel 7), der inkorporerer flere af de stratificerende egenskaber, som alder, køn, uddannelse, beskæftigelse, indkomst samt geografisk placering. Bourdieu påpeger, at kapitalerne er en social relation, som eksisterer inden for givne felter, men med ønsket om at vurdere fokusgruppedeltagernes indbydes sociale placering, tages der ikke udgangspunkt i et specifikt felt, men en generel betragtning og vurdering af deltagernes oplysninger og fortællinger, der kan henføres til de forskellige kapitaler.

Som med andre empirikere, der har bidraget til videnskaben, er Bourdieus (1984) analyser og teorier gennem tiden blevet udsat for en del kritik. Jeg vil ikke gå i dybden med kritikpunkterne, men forsøge at forholde mig til nogle af de udfordringer, brugen af Bourdieus analyseapparat kan medføre. Bourdieus teori er lavet med udgangspunkt i det franske samfund i 1960’erne, hvor der dengang var en langt skarpere socialklasseopdeling, end tilfældet er i dag i flere vestlige lande (Henry og Caldwell, 2008). Inklusiv det danske samfund, som er kendetegnet ved at have en flad struktur med en stor middelklasse. Analysemæssigt betyder dette, at der kan være visse udfordringer med at placere individer hierarkisk i socialklasser, da klasseskellene vurderes mindre udtalte. Derfor vil fokusgruppedeltagerne, med udgangspunkt i deres sociohistoriske baggrund og nuværende livssituation, blive vurderet og placeret relativt i forhold til hinanden frem for en konkret placering i et større samfundsbaseret socialklassehierarki, som for eksempel det danske klassesystem, hvor individer er inddelt i nummererede socialgrupper.

De respektive oplysninger og fortællinger, som deltagerne har givet om deres uddannelse, indkomst, beskæftigelse, forældres beskæftigelse, samt varierende livsstilsforhold, anskues ud fra Bourdieus kapitalformer. Deltagerne vurderes ud fra en totalbetragtning i forhold til deres kapitalmæssige sammenhæng, hvor det bør nævnes, at summen af kapitalformerne både består af den medfødte iboende/arvede kapital og den tilegnede kapital. Den medfødte kapital har størst betydning og er den stærkeste kraft, da den kapitalmæssige ballast som individet erhverver fra barns

ben er determinerende for den kapital, der gennem livet tilegnes (Bourdieu, 1984). Den relative positionering fremgår af nedenstående illustrering, der er lavet med udgangspunkt i de sociale/økonomiske og kulturelle kapitaler, som dominerende kapitalformer.



Figur 10.1 Deltagernes relative placering

Spørgeramme og procedure

For at få det maksimale ud af undersøgelsen, blev der inden undersøgelsens start fortaget en granskning af relevant viden inden for området, hvilket både var i form af akademiske publikationer, offentlige publikationer, tidsskrift- og avisartikler mm. Dette gav en god baggrundsviden i forhold til undersøgelsens genstandsfelt. Denne indledende proces kan placeres inden for McCrackens (1988a) to første faser, hvor forskeren gøres bekendt med litteraturen og gennem denne indsigt får skabt fundamentet til spørgerammen. Samtidig skabes der kendskab til de etablerede kulturelle kategorier inden for området, som forskeren bør reflektere over i forsøget på at gøre egen position klar gennem ’familization’ og ’defamilization’ (ibid.).

Spørgerammen var løst struktureret og koncentrerede sig om forskellige facetter af hygge-fænomenet, som hyggens betydning, hyggelige situationer, aktiviteter, deltagere, sund versus usund mad, praksisser etc. En løst struktureret tilgang sikrer, at deltagerne får mulighed for frit at tale og forklare med brug af egne ord, der er funderet i deltagerens livsverden (Thompson, 1997; Kvale, 1996). Foruden de få forberedte spørgsmål gøres også brug af andre teknikker, der understøtter processerne i den sociale interaktion og er særlig velegnet til udforskning af uhåndgribelige kulturelle fænomener, som hyggefænomenet uomtvisteligt er (Halkier, 2002; McCracken, 1988a). McCracken (1988a) kalder disse teknikker for 'prompts' og nævner forskellige tilgange, som der redegøres for i det følgende.

Fokusgruppeinterviewet startede med en kort introduktion til, hvordan de følgende par timer skulle forløbe. Dernæst præsenterede deltagerne sig enkeltvis, så der fra start blev forsøgt at skabe en uformel og tryg stemning i gruppen. De første 20 minutter blev sat af til, at deltagerne skulle lave en individuel kollage med udklip fra et bredt spekter af tilgængelige blade, magasiner og aviser. Deltagerne blev bedt om at lave en kollage, med det de forbandt med hygge. Kollagerne havde til formål at bidrage med forskellige vinkler på hyggefænomenet, og det var hensigten, at kollagerne i det videre forløb skulle danne baggrund for dialog og diskussion. Fordelen ved at bruge kollager ved fokusgruppeinterviewets start var, at deltagerne var forholdsvis upåvirket af hinandens fortællinger og holdninger. Det var ønsket, at deltagerne skulle udtrykke deres egen opfattelse af hyggefænomenet via kollagerne, da dette vil give flere perspektiver på hyggefænomenet. Brug af en projektiv teknik, som kollagekonstruktion, benyttes med ønsket om at åbne op for nogle underliggende følelser, motivationer og overbevisninger, som givetvis ikke fremkommer ved dialog (Chrzanowska, 2002). Dette er netop vigtigt, da det udforskede hyggefænomen er så kulturelt forankret, at det kan være vanskeligt at beskrive til fulde, og der derfor, ved brug af kollage konstruktioner, åbnes op for ubevidste kulturelle antagelser og forståelser af hyggefænomenet (ibid.).

Deltagerne præsenterer kollagerne enkeltvis, og der knyttes kommentarer fra de øvrige deltagere, hvilket åbner op for nye aspekter på det udforskede fænomen. Samtidig danner kollagerne udgangspunkt for den løbende dialog i fokusgruppeinterviewet. I forlængelse af hver deltagers præsentation af sin kollage, kom de øvrige deltagere med indvendinger, og der blev diskuteret

ligheder og forskelligheder i de individuelle opfattelser af hygge. Denne metode kan sidestilles med McCrackens (1988a) 'auto-driving', hvor deltagerne skal kommentere på videoer, billeder eller andre stimuli med formålet om at få deltagernes egne opfattelser og fortolkninger af det, der ses. Udformningen af kollagerne og dialogen i forbindelse med kollagepræsentationerne tog lidt over en time. I dialogen blev der løbende spurgt ind til deltagernes erfaringer og oplevelser, som eksempelvis:

Har I oplevet situationer:

- Hvor det var rigtig hyggeligt? Hvad gjorde det hyggeligt?
- Hvor hyggen er blevet ødelagt? Hvad skete der?
- Hvor maden har lagt en dæmper på hyggen eller I fik noget upassende at spise?
- Hvor I specielt har tilpasset maden til dem, I inviterede til en hyggelig aften?

Deltagernes fortællinger om forskellige hyggeoplevelser skabte en del dialog på tværs, da alle syntes at have forskellige oplevelser, der afspejlede nuancerede dimensioner af de stillede spørgsmål. Efterfølgende blev deltagerne præsenteret for forskellige udsagn, som McCracken (1988a) benævner 'prompts', nedskrevet på små kort, som for eksempel:

- Hygge er usundt
- I inviteres til en hyggelig aften og der er en person, som selv tager sin mad med

Disse 'prompts' har til formål at starte en diskussion, hvor forskellige aspekter af fænomenet hygge bringes frem i lyset (McCracken, 1988a). I forlængelse heraf blev de mest relevante forskningsresultater af spørgeskemaanalyserne præsenteret, hvorefter deltagerne diskuterede og fortolkede resultaterne. Den lidt mere end to timer lange seance sluttede af med en diskussion af resultatet fra den kvantitative undersøgelse, der indikerede, at den sociale hygge er en barriere for det sunde liv. Deltagerne blev bedt om at reflektere over, hvordan der i fremtiden kan arbejdes på at få sundere fødevarer ind i hyggen.

En vigtig del af et fokusgruppeinterview er at skabe en god og tryg stemning, hvor der er plads til, at alle kan byde ind med deres mening. I denne situation fandt jeg det også vigtigt, at der blev skabt en uformel stemning, så derfor valgte jeg at invitere deltagerne hjem til mig i personlige og

hjemlige omgivelser, hvor der blev serveret hjemmelavet sandwich, kage og gulerodsstænger. Det skal ikke kunne siges, hvorvidt disse omgivelser har haft nogen indflydelse, men i hvert fald fungerede gruppen rigtig godt, og flere af deltagerne gav efterfølgende udtryk for, at det jo ligefrem var hyggeligt. Der var forholdsvis lav moderatorinvolvering, da alle gruppens deltagere fra start bidrog til dialogen. Moderatorens rolle, som den spørgende, blev dog taget i brug flere gange, da der af og til blev stillet opfølgende spørgsmål, men generelt fungerede de sociale dynamikker i gruppen, så alle kom til orde (Halkier, 2002).

Bearbejdning af empiri

Fokusgruppeinterviewet blev optaget med audiooptager og samtidig på video, såfremt der skulle opstå problemer med at allokere stemmerne. Efterfølgende blev fokusgruppeinterviewet transskriberet og brugt i samspil med videooptagelserne, hvor det er muligt at observere stemninger, kropssprog, latter og tonefald. Det empiriske materiale blev gennemgået systematisk af flere omgange, hvor der blev skiftet mellem fokus på teori og empiri (McCracken 1988a; Thompson, 1997). I det empiriske materiale blev der løbende foretaget forskellige kodninger og kategoriseringer, således at de forskellige temaer af interesse var nemmere at gå til (McCracken, 1988a; Kvale, 1996; Halkier, 2002).

Analysen af fokusgruppeinterviewet er foretaget med inspiration fra McCracken (1988a) og Thompson (1997), der fremhæver et kontinuerligt skift mellem teksten, der analyseres, og den teoretiske litteratur, der inddrages i fortolkningen. Det første skridt er den intratekstuelle analyse, hvor teksten af fokusgruppeinterviewet læses igennem flere gange for at opnå en holistisk indsigt i materialet. Dette stadie er en fordybelse i den bagvedliggende forståelse af de konditioner, der præger fokusgruppedeltagernes opfattelse af hyggefænomenet og de relaterede fødevarepraksisser. Det næste trin er den intertekstuelle fortolkning, hvor der udvikles en integreret forståelse af de betydningsdannelser, der fremkommer indenfor en tekst, hvorefter det bredes ud for at tydeliggøre forskelligheder og mønstre på tværs af fokusgruppedeltagerne (ibid.). Analysen er en løbende proces, hvor der skiftes mellem den intratekstuelle og intertekstuelle behandling af materialet, hvor fortolkninger hele tiden revurderes i forhold til nye forståelser. Selvom der kun er en tekst fra fokusgruppeinterviewet, betragter jeg de seks interviewpersoners fortællinger som seks tekster i den samlede tekst, hvilket gør det muligt at foretage en intertekstuel behandling af materialet.

Det væsentlige i fortolkningen er, at der tages udgangspunkt i fokusgruppedeltagernes livsverden, som den virkelighed, der ligger til grund for den viden, der produceres i interviewet (Kvale, 1996). Ved en hermeneutisk fortolkning analyseres meningsdannelsen både i forhold til individets personlige historie, men ses også i lyset af en bredere kulturel etableret forståelse, så fortolkningen bliver en proces frem og tilbage mellem dele og helheden (Thompson, 1997; Thompson et al., 1994). Der tages ved denne metode udgangspunkt i forståelsen af de underliggende strukturer, der er styrende for individets selvforståelse, meninger og adfærd, for at forstå, hvordan det ubevidste bliver bevidst, og det usynlige bliver synligt (Kvale, 1996). Et af de gennemgående temaer i den hermeneutiske filosofi er forståelsen af, at individets sociohistoriske position altid reflekteres i individets personlige meninger og forståelse af verdenen (Holt, 1997).

Forståelsen af en tekst vil altid være en iterativ proces, der reflekterer en fusion mellem fortolkeren/forskeren, som i dette tilfælde er mig, den analyserede tekst og så referencerammen (Thompson, 1997). Idet jeg afkoder og fortolker ud fra min baggrund, viden, underliggende antagelser og interesser, dannes der hermeneutiske forestillinger om de sociale praksisser, som jeg naturligvis er nødt til at forholde mig til ved at gøre min position klar i fortolkningen (McCracken, 1988a). En forsker vil altid, som iagttager, medtage sine egne forhold til genstanden, og som tilskuer forholde sig til handlingen fra et bestemt synspunkt. Fortolkningen er central, og det afgørende er, hvordan jeg formår at skelne mellem de meninger og betydninger, som ligger i det sagte og gjorte i forhold til delte, modsætningsvise antagelser og kategorier, samt ubevidste personlige projekteringer, som jeg besidder. Da genstandsfeltet for undersøgelsen, hygge, er så kulturelt forankret i den selv samme kultur, hvori jeg, som fortolker, er født og opvokset, skaber dette naturligvis nogle betingelser, som jeg er nødt til at være opmærksom på. Først og fremmest kan denne familiaritet med kulturen forringe min evne til at observere og analysere, idet jeg har en alt for prædefineret tilgang til de kulturelle kategorier, som det empiriske materiale kan frembringe. Men når det er sagt, så åbner denne ekstraordinære kulturelle indsigt også op for en dybereliggende forståelse for de mindre finesser og detaljer, som en udefrakommende ikke ville kunne finde i det empiriske materiale (ibid.). Med det i mente, har jeg forsøgt at være åben over for de forskellige muligheder og fortolkninger, som teksten åbner op for, frem for at projektere mine prædefinerede meninger og fortolkningssystemer over det empiriske materiale (McCracken, 1988a; Thompson, 1997). Der vil naturligvis være en klar referenceramme eller et fikspunkt, idet fokusgruppeinterviewet er foretages med udgangspunkt i afhandlingens problemstilling og den

teoretiske forståelsesramme. Det er dog vigtigt, at lade interviewpersonerne fortælle deres historier ved brug af egne termer (McCracken, 1988a), og da fortolkningen sker med udgangspunkt i deltagernes egne opfattelser af verdenen, vil det være den virkelighed, som ligger til grund for viden, der produceres i interviewet (Thompson et al., 1989; Thompson, 1997; Kvale, 1996).

Fokusgruppeinterviewets troværdighed og gyldighed

En kvalitativ undersøgelse bør ikke kun vurderes ud fra kriterier som godt håndværksmæssig kunnen, men også ud fra hvorvidt undersøgelsens er troværdig og gyldig, hvilket refererer til undersøgelsen reliabilitet og validitet (Riis, 2001, Kvale, 1996). Troværdighed og gyldighed vurderes i forhold til, om man konkret undersøger det, som man sætter sig for at undersøge (gyldighed), samt hvorvidt samme resultat fremkommer ved en lignende undersøgelse, hvilket henviser til, om der laves fornuftige operationaliseringer af den viden, der fremkommer (troværdighed).

De sociale overbevisninger og kategorier, som bliver tydelige i analysen af fokusgruppeinterviewet, skal ud fra troværdighedskriteriet betragtes som kontekstafhængige registreringer. Dette indebærer, at en interviewperson givetvis ikke vil svare nøjagtig det samme, selvom samme spørgsmål stilles flere gange. En stor del af undersøgelsens troværdighed og gyldighed ligger i fortolkningsprocessen, da der ikke er direkte adgang til fænomenerne. Når mennesker fortæller noget til nogen, er det sagte ikke blot relateret til det faktiske talte udsagn, men i lige så høj grad til den person, de taler med, og den givne kontekst hvori samtalen er situeret. Men vigtig er også den forudindtagne position, som personen taler ud fra.

Bourdieu nævner ‘det dobbelte brud’, som forholder sig til, at forskeren ikke alene tolker og objektiviserer informantens præsentation af virkeligheden, men også sin egen relation til den viden, der løbende produceres (Bourdieu, 2005; Wacquant, 1989). Kunsten ligger i at overkomme dikotomien mellem det subjektivistiske og objektivistiske. Hverken forskeren eller forskningen er neutral, hvorfor der bør være en reflekterende tilgang til det, analysen producerer, og ikke blot til interviewpersonens fortællinger. Undersøgelsens troværdighed og gyldighed ligger blandt andet i denne refleksion (ibid.). I forlængelse heraf har flere forskere med kendskab til denne undersøgelse

og det empiriske materiale været inddraget i den hermeneutiske proces, så fortolkningen er tillagt flere forskellige øjne med ønsket om at mindske et for snævert perspektiv.

Fortolkningen er af stor betydning for den producerede videns gyldighed og troværdighed, men det er også vigtigt, at der er en vis samklang mellem de anvendte begreber og kategoriseringer i forhold til afhandlingens forskningsmæssige fokus (Halkier, 2002). Da jeg som forsker bruger mig selv som subjekt i fokusgruppeinterviewet og i fortolkningen, handler troværdighed og gyldighed også om at tydeliggøre den måde, der produceres og bearbejdes viden på, så andre kan vurdere argumenter og analytisk kvalitet (Halkier, 2002; Riis, 2001). I analysen er tilstræbt en forholdsvis systematisk bearbejdning af empirien, således at udefrakommende bør finde den anvendte fortolkning og analyse gennemsigtig og mulig at vurdere. Da de fundne sociale fænomener og kategorier må betragtes som kulturbundne og derfor kontekstafhængige, kan man ikke foretage en større generalisering af resultatet, men blot konstatere, at de etablerede betydningsdannelser og mønstre eksisterer – i en større eller mindre udstrækning (Kvale, 1996).

Når et eller flere fænomener undersøges fra flere vinkler ved brug af en multimetodisk tilgang, hvor flere forskellige analysemetoder anvendes i en triangulering, vil resultaterne ofte vise en diversifikation og i nogle tilfælde bekræfte hinanden og dermed bidrage til en højere troværdighed og gyldighed i det empiriske materiale. I denne afhandling er der anvendt flere forskellige metoder, som har til formål at supplere, men også bekræfte og understøtte hinanden i indsatsen på at producere viden inden for undersøgelsesområdet. Dette betyder, at de enkelte metoder ikke ses som lukkede analyseenheder, men at de opståede fænomener også analyseres på tværs af metoderne, med hensyntagen til den kontekst analyserne er taget ud af (Riis, 2001).

Den empiriske analyse og praksisteorien

I den empiriske analyse baseret på fokusgruppeinterviewet vil praksisteorien, som gennemgået i kapitel 7, fungere som den grundlæggende fortolkningsramme for empirien. Meget af det teoretiske arbejde, der koncentrerer sig om praksisteori, bærer præg af at være filosofiske og abstrakte betragtninger, der kan være vanskelige at anvende direkte i en empirisk analyse. Endvidere er der ofte utilstrækkeligt grundlag til at forstå, hvordan de sociale aspekter bidrager til skabelsen og reproduktionen af praksisser (Warde, 2005). Få teoretikere har formået, på systematisk vis, at koble

praksisteori med relevante områder af det forbrugsorienterede perspektiv, hvilket blandt andre Bourdieu har præsteret med sit teoretiske bidrag.

Det kan være vanskeligt, at lave en fuldt systematisk overførelse fra teori til praktisk analyse, men praksisteorien skal også i højere grad anvendes som et afhængigt og flerdimensionelt fortolkningssystem, hvorigennem det bliver muligt at foretage bestemte empiriske anskuelser og fremstillinger. Reckwitz (2002) skelner mellem to aspekter af praksisteorien, som er relevante at have kendskab til i en analysesituation. Den første anskuelse er praksisteori som heuristisk anordning eller som type af fortolkningssystem, der sikrer en bestemt anskuelse og tilgang til brugen i det empiriske arbejde med sociale fænomener. Den anden indvirkning, som Reckwitz understreger, er at brugen af praksisteori støber og ændrer vores selvopfattelse, da vi udrustes med en bestemt måde at definere vores position, som individer, i den sociale verden. Det sidste aspekt refererer til fortolkerens position i det videnskabelige arbejde, hvor der naturligvis kræves en selvrefleksion i forhold til fortolkningen, som finder sted.

I den kommende analyse vil Schatzkis (1996, 2001) og Bourdieus (1984, 1990, 2005) praksisforståelse danne den primære fortolkende ramme til belysning af hyggefænomenet og de fødevarepraksisser, der udspiller sig i hyggelige situationer. Schatzki vil blive brugt i forhold til konkretiseringen af praksisser og praksistyper, mens Bourdieu inddrages for at skabe en større forståelse af praksissernes eksistensberettigelse i spændet mellem det individuelle niveau og de objektive strukturer. Dette betyder lidt forenklet, at praksisser ikke blot skal ses som enkeltstående sociale adfærdsmønstre, men de bør anskues ud fra en sociohistorisk og kulturel betragtning.

Bourdieus studier er lavet i 1960'erne i det franske samfund, men det er stadig realistisk at argumentere for, at dele af resultaterne kan overføres på andre hierarkiske og mere eller mindre klasseopdelte samfund, hvor forskellige samfundsklasser har forskellige positioner, afhængig af deres økonomiske og kulturelle kapital (Gronow, 1993). Smag, præferencer, forbrug og spisemønstre har ændret sig markant i de vestlige lande, de sidste årtier, hvor især den massive sundhedsbølge synes at påvirke mange forbrugere. Alligevel viser flere af Bourdieus refleksioner og analyser af de forskellige socialgruppers fødevareforbrug, at være i trit med nutidens kendsgerninger. Blandt andet bekræftes det faktum, at der er en overrepræsentation af overvægtige

individer i de lavere socialgrupper forårsaget af for stort indtag af søde og fede fødevarer (Norden, 2006; ATV, 2007).

Bourdieu præsenterer en række forholdsvis komplekse teoretiske koncepter, som habitus, felt, kapitaler og objektive strukturer, der ikke altid kan finde en håndgribelig anvendelse. Det kræver snilde, hvis hele analyseapparatet skal relateres til konkret empirisk materiale. Bourdieu er ret konsistent i sit begrebsapparat, hvilket stiller krav til brugen heraf og kan give implikationer for analyserammer og fortolkningsmuligheder. Derfor vil jeg ikke bruge alle Bourdieus teoretiske termer i analysen, men fokusere på det væsentlige i hans praksisteori, hvilket er forståelsen af praksisser ud fra et socialt, kulturelt og historisk perspektiv.

Individers fødevareforbrug er kulturbunden og socialt betinget, og derfor er Bourdieus sociale praksisteori blandt andet interessant. Vi socialiseres gennem vores kultur og omgangskreds til med stor naturlighed at spise og omgås mad på en vis måde. Vaner, praksisser og rutiner grundlægges i overensstemmelse med vores omgivelser og er historisk betinget i den forstand, at individet gennem socialiseringsprocesser tilegner sig adfærd i overensstemmelse med den familie og sociale omgangskreds, hvori individet er opvokset. Ved at forstå, hvorfor individer spiser og opfører sig som de gør, er det nødvendigt at forstå den sociale kontekst, som individer tager del i. Den sociale arv fostrer bestemte opfattelser og forbrug af fødevarer, hvilket også er tydeligt i flere af de store nationale undersøgelser, der laves inden for sundheds- og fødevareområdet (ATV, 2007; Kjøller et al., 2007; Nordic Plan og Action, 2006).

De kommende analyser

Det overordnede formål med den empiriske analyse er at udlede kategorier, relationer og forudsætninger, der kan sige os noget om interviewpersonernes verden og forståelse af det kulturelt forankrede hyggefænomen, og de fødevarepraksisser, som udspiller sig i hyggelige situationer. Med det udgangspunkt er det empiriske materiale, i form af transskriberet fokusgruppeinterview og kollager, gennemlæst af flere omgange med skift mellem empiri og den teoretiske referenceramme. I lyset heraf blev det tydeligt, hvordan interviewpersonernes overbevisninger og forståelser af hyggefænomenet kunne placeres inden for nogle forskellige hovedtemaer, der fusioneret set rummer begrebets komplekse forståelse. Endvidere frembragte analysen af empirien også en dybere

indsigt i de fødevarepraksisser, som udspiller sig i hyggesituationer. Det todelte fokus for analysen medfører, at de empiriske resultater ligeledes præsenteres i to dele i de kommende to kapitler.

- I kapitel 11 fokuseres på en yderligere forståelse af hyggefænomenet og de betydninger, som hygge tillægges.
- I kapitel 12 belyses fødevarernes rolle i hyggelige situationer ved at tage udgangspunkt i de fødevarepraksisser, som er en naturlig del af hyggeforståelsen.

Resultaterne af den kvalitative analyse vil blive fremlagt i kapitel 11 og 12. Kapitel 13 omhandler den fremtidige hygge i et samfundsmæssigt perspektiv, og i dette kapitel vil den viden, som er produceret i denne afhandling, blive diskuteret i lyset af en sundere fremtidig hygge. I den forbindelse, vil der blive inddraget dele af det empiriske materiale fra fokusgruppeinterviewet, som omhandler hygge i et fremtidsperspektiv.

Kapitel 11

Resultater af en kvalitativ undersøgelse af hygge: En indsigt i hyggefænomenet

Den første del af den empiriske analyse, som præsenteres i dette kapitel koncentrerer sig om forståelsen af hyggefænomenet, hvor jeg via praksisteorien søger at forstå fænomenets mangfoldighed. Hvad er hygge, og hvordan udfoldes og etableres hygge. Ved at forstå de forskellige elementer og mekanismer, der spiller ind ved hyggelige lejligheder, skabes fundamentet for at forstå den betydning fødevarer tillægges, når mennesker mødes til en hyggelig stund. Der vil i dette kapitel blive trukket på både Schatzki (1996, 2001) og Bourdieu (1984, 1990, 2005), hvor de finder bedst anvendelse. I forhold til Bourdieus sociohistoriske perspektiv vil der i analysen af hyggefænomenet, som præsenteres i dette kapitel, ikke gøres fuldt ud brug af Bourdieus teori. Dette skyldes, at der ikke er den samme distinktive forskel at spore i interviewpersonernes forståelse af hyggefænomenet, som tilfældet er i den efterfølgende analyse af fødevarepraksisser i hyggen (kapitel 12). Bourdieu vil blive inddraget i de tilfælde, hvor der er nuancerede forståelser af hygge, som kan tilskrives interviewpersonernes forskellige sociohistoriske livsbetingelser.

Dette kapitel starter med en introduktion til det overordnede resultat af analysen, der viser, at hyggefænomenet kan forstås som en organiserende metafor indeholdende fem forskellige delelementer, der i interaktion er konstituerende for hyggen. I forlængelse heraf diskuteres de

forskellige delelementer enkeltvis med henblik på at give et fyldestgørende indblik i hyggefænomenet.

Hygge som organiserende metafor

Som dansker, født og opvokset i det danske samfund, er hygge en naturlig del af hverdagslivet, hvor individer i den danske kultur har en mere eller mindre fælles forståelse af, hvornår noget er hyggeligt, og hvornår det modsatte er tilfældet. Hyggefænomenet er så kulturelt forankret, at det kan være svært for udefrakommende at forstå, ligesom det også kan være vanskeligt, for medlemmer af selvsamme kultur, at forklare en så indforstået del af hverdagslivet. Bourdieu sammenligner denne hverdags indforståethed med en atlets 'feel for the game', hvor spontane og instinktive reaktioner udspringer som et naturligt resultat af den samtidige situation (Bourdieu 1990:82). Adfærd baseres på, hvad der føles rigtigt og virker naturligt i de givne omstændigheder, individet står i. En reaktion er ikke blot en tilfældig rationel evaluering, men derimod en kronisk indprentet forståelse, der tager afsæt i individets livsbetingelser. De forskellige livssituationer og betingelser er en af årsagerne til, at interviewpersonerne, som vi gennem analysen stifter nærmere bekendtskab med, på nogle områder har nuancerede forståelser og holdninger til hygge.

Gennem analyseprocessen af den kvalitative empiri blev det hurtigt tydeligt, at hygge hverken er selvforklarende eller kan favnes med blot et par ord. Hygge er flydende, rummeligt og eksisterer i bund og grund udelukkende som et metaforisk udtryk for en række elementer og betingelser, der skal være til stede og gå op i en større helhed, førend hygge opstår. Som en organiserende metafor, hvis eksistens afhænger af særskilte dele, der i fusion giver hyggebegrebet indhold.

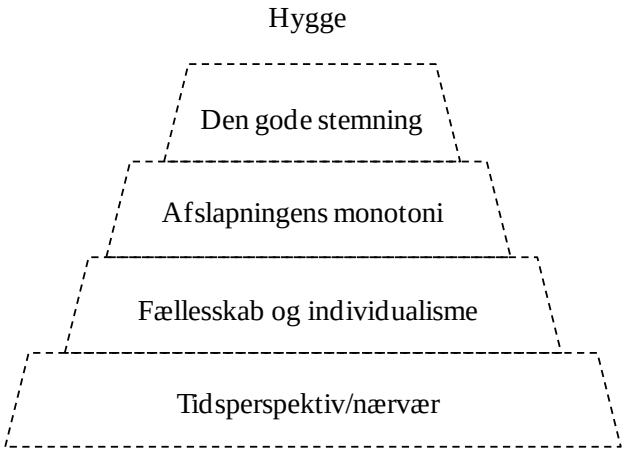
Metaforiske begreber, som hygge, er gennemtrængende i vores hverdag, og ikke kun i sprogbrugen, men også gennem tanker og handling (Lakoff og Johnson, 1980). Metaforiske udtryk er forankrede i en social og kulturel viden. "*Metaphors are grounded in socially shared knowledge and conventional usage. Particular metaphors may help to identify cultural domains that are familiar to the members of a given culture or subculture; they express specific values, collective identities, shared knowledge, and common vocabularies.*" (Coffey og Atkinson, 1996:86). Individers hverdagssprog indeholder utallige metaforer, som organiserer og styrer opfattelser, handling og hvordan vi relaterer os til hinanden. Metaforer indeholder en stor taget for givet viden og har

indlejrede sociale og situationsbestemte forståelser, som dagligt giver sig til kende i individers måder at definere hverdagens realiteter på (Lakoff og Johnson, 1980).

"*The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another.*" (Lakoff og Johnson, 1980:5). Hygge som metaforisk udtryk er karakteriseret ved at indeholde betydninger, der kan placeres under fem forskellige delområder eller aspekter af begrebets konstituering. Analysen af det empiriske materiale leder frem til, at etablering af hygge er betinget af fem interagerende delområder, som kan henføres til disse overordnede temaer.

1. Tidsperspektiv
2. Nærvær
3. Fællesskab og individualisme
4. Afslapningens monotoni
5. Den gode stemning

Det er sameksistensen disse temaer imellem, som hygge er betinget af, og temaerne udgør dele af helheden. Sameksistensen mellem de fem delelementer kommer til udtryk i hyggens praksisser, og er ofte afgrænset ved kun at udspilles inden for særlige områder af det sociale liv, som i hyggelige situationer. Derfor kan disse praksisser, som er konstituerende for hyggen, placeres inden for Schatzkis *integrative practices* (Schatzki, 1996, 2001). Kendetegnede ved de *integrative practices* er netop, at praksisserne er mere komplekse og specifikke i forhold til, hvornår de bruges, og ligesom *dispersed practices*, er der forbindelse mellem handling og ord. Endvidere er individer i stand til at følge de eksplicitte regler og procedurer, der knytter an til praksisser i hyggen. Gennem analysen tydeliggøres, hvordan disse *integrative practices* fungerer som en fælles anordning på tværs af individer, hvor den humane sameksistens og organisering af delelementerne skaber den sociale orden, og betingelserne for at hygge kan opstå.



Figur 11.1 Hygge som organiserende metafor

Af figuren tydeliggøres, hvordan delelementernes er indlejret i hinanden og indbyrdes forbundenhed. Den samlede helhed af de fem elementer skaber grobund for, at hygge kan opstå. I figuren er tidsperspektivet og nærvær slået sammen i den nederste kasse. Nærvær og tid er det helt basale og fundamentale i hyggens etablering. Disse to elementer gør, at individet er dedikeret til situationen, og derefter kan hygge skabes i fællesskabet, men også i eget selskab. Det vigtigste er, at der foretages selvvalgte aktiviteter, som individet/individerne synes om, men den fælles og individuelle adfærd begrænses af afslapningsmomentet. Afslapningens monotoni sætter rammerne for de individuelle, sociale og ikke mindst fysiske aktiviteter, som knytter an til forståelsen af hygge. Ikke alt hvad individer foretager sig, kan anskues som hyggeligt. Når disse elementer er på plads er stemningen, der udspiller sig i de sociale eller individuelle, afgrænsede (og afslappede) aktiviteter, det sidste afgørende element førend fundamentet for hygge er etableret. Det er naturligvis vigtigt at pointere, at tilstedeværelsen og interaktionen mellem de fem temaer skaber rammerne og fundamentet, for at hygge kan etableres. Der skabes de bedste betingelser for hygge, men det er selvfølgelig ikke muligt at fremstille den absolutte formel med garanti for hygge. En dybere indsigt og argumentation for delelementernes sammenhæng fremkommer løbende gennem dette kapitel, i takt med temaerne enkeltvist præsenteres.

Figuren illustrerer de fem temaer indbydes afhængighed og forbindelse, men tager ikke højde for de relative betydninger og vægte temaerne imellem. Det er ikke muligt at lave en generel vægtning af

de fem temaer, da deres respektive vægt og betydning afhænger af en given kontekst. Samtidig er de betydninger, som individer tillægger de enkelte temaer subjektive. Eksempelvis er opfattelsen af en god stemning forskellig individer imellem, ligesom det er forskelligt, hvilke individuelle aktiviteter der kan være med til at skabe en hyggelig situation.

Analysen af det empiriske materiale skaber en øgede situationsforståelse i den forstand, at analysen ikke blot indfanger det kulturelle og svært definerbare hyggebegreb, men endvidere giver en indsigt i de situationer, hvor hygge primært tager sig ud. Enkelte af de fem temaer, som fortolkningen af det empiriske materiale frembringer, knytter an til et par af Belks (1975) situationsvariable[33]. Det skyldes angiveligt hyggens situationelle udfoldelse, men jeg tager ikke bevidst udgangspunkt i Belks prædefinerede situationskategorier, da jeg fandt det vigtigt at være åben overfor de kategorier, som det empiriske materiale frembragte, i stedet for at projektere eksisterende kategorier ned over materialet (McCracken, 1988a; Thompson, 1997). De enkelte sammenlignelige betragtninger blev først tydelige, da analyseresultaterne var færdigproducerede.

I det følgende vil jeg enkeltvis præsentere de fem temaer, der fungerer som organiserende for hygges udfoldelse. Gennem præsentationen af temaerne inddrages citater fra deltagerne i fokusgruppeinterviewet, som enten har tilknytning til deltagernes præsentation af egen kollage eller den øvrige diskussion i gruppen. Jeg vil starte med temaet 'fællesskab og individualisme', da denne kategori giver en bred indsigt i hyggefænomenet, der er en nødvendighed at have kendskab til for at forstå, hvorfor 'tidsperspektiv/nærvær' er placeret nederst i figur 11.1, som den basale og grundlæggende forudsætning for de øvrige elementer.

Fællesskab og individualisme

Et af de mest fremtrædende karakteristika ved hygge er den kollektive forståelse af, at der findes flere forskellige typer af hygge. Overordnet set kan hygge finde sted i en social situation, men hygge kan også eksistere i eget selskab, hvilket bekræfter resultaterne fra den kvantitative undersøgelse, som er præsenteret i kapitel 9. Der er dog ingen tvivl blandt interviewpersonerne i fokusgruppen om, at hygge først og fremmest skal forstås som en social hygge, der etableres i

[33] Belks (1975) fem situationsvariable er: De fysiske omgivelser, De sociale omgivelser, Tidsperspektivet, Formålsperspektivet og Den forudgående scene.

fællesskabet med andre mennesker, i modsætning til den individuelle hygge, der opstår i kraft af andre betingelser og praksisser.

Fællesskab

Den sociale interaktion er vigtig for menneskers eksistens. Interviewpersonerne er enige om, at hygge er noget trygt, uformelt og dejligt, der foregår mellem mennesker. Hygge med mennesker, som man holder af. Hygge etableres i det sociale rum med mennesker, hvorimellem der eksisterer kærlighed i en eller anden udstrækning. Som Tobias siger, når han forklarer sin kollage.

> Tobias: ”*For mig er hygge noget med at sidde hjemme med familien i egen stue. Jeg kunne ikke lige finde nogen familie, men så fandt jeg nogle mennesker. Og det er også noget med kærlighed. Og så en tur på stranden med familien og venner. Levende lys for mig er også et sikkert tegn på hygge. Og så en brændeovn – det ser også ud til, at de hygger sig meget godt de to (Tobias peger på kollagen, hvor to sæler ligger tæt op af hinanden og slapper af). For mig har det meget med familien at gøre og den nære relation.*”

Figur 11.2 Tobias kollage

Tobias er født og opvokset i, hvad han vil betegne som, en traditionel kernefamilie, hvilket også er Tobias ønske for sin egen fremtid. Det centrale for Tobias forståelse af hygge er den nære og tætte menneskelige relation i de hjemlige rammer. Det er også den hygge, Tobias har oplevet gennem sin opvækst i et trygt villakvarter. Indendørs-/hjemmehygge skaber en oplevelse af den sociale situation som en kompakt og fortættet personlig enhed, der grundet denne koncentrering skaber en tryghed og varme, hvori hygge kan udspilles. Det er det personlige og familiære rum, hvori individer kan være sig selv og ikke er underlagt andre regler, end dem de tilstedeværende selv sætter.

'At være sammen', har Jan skrevet i centrum af kollagen og understreger, at dette er vigtigst for ham, når der skal hygges. "*Hygge er helt klart at være sammen og så at være hjemme. Ligesom Tobias. At være sammen om noget, men også opleve noget sammen.*" siger Jan. Det er derfor ikke kun den hjemlige scene med uformel afslapning i trygge omgivelser, der danner rammerne for hygge, men også det at rejse og opleve noget sammen. Dette kommer til udtryk på Jans kollage, hvor han med familien i centrum har den hjemlige hygge på den ene side, og rejser og oplevelser på den anden side.

Figur 11.3 Jans kollage

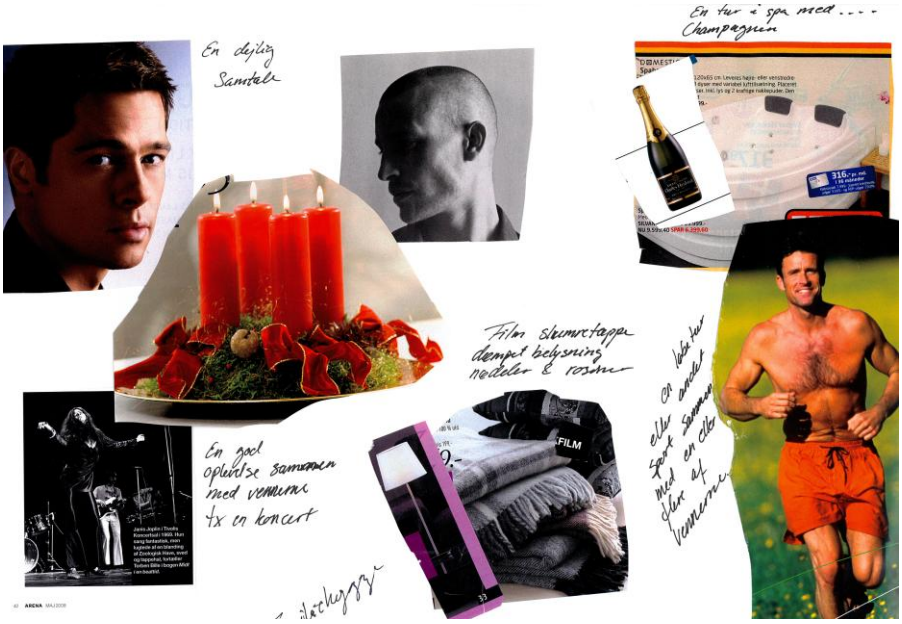
Det symbolske i opdelingen mellem den hjemlige, trygge, afslappede og familiære hygge, står i kontrast til det udadgående aspekt, hvor oplevelsesmomentet nævnes. Det, at være sammen om nogle aktiviteter og i fællesskab lave noget sammen, synes at være karakteristisk for gruppens forståelse af hygge. Hygge eksisterer i flere sociale sammenhænge og skabes ikke kun inden for hjemmets fire vægge, trods det er denne trygge base, der oftest synes at danne rammerne for de hyggelige situationer. Samhørigheden og det at være fælles om noget er gennemgående, og især rejser og ferier med familie og venner er hyggelige, hvilket flere fra gruppen kommer ind på.

Kim: *"Nu burde der ikke have stået "storbyrejser", men det er egentlig rejser i det hele taget. Vi var inde på det tidligere, men jeg synes egentlig rejser er rigtig hyggelige. Når jeg tænker over det, så er det noget med fællesskabstingene på rejser. Det er ikke mig alene på rejsen, men det er en blanding af det hele. At gå ud og spise, sidde på terrassen om aftenen og drikke drinks og nyde udsigten over havet, hvis det er det, man har. Gå ture. Fællesskabsting og afslapning. At ligge sammen på stranden eller poolen og snakke eller læse en bog.*

Alt ved rejsen synes jeg i virkeligheden er hyggelig. Selv flyveturen. Jeg synes, at det et hyggeligt at være sammen på den måde."

På rejser og ferier tages man ud af dagligdagens hektiske trummerum og har friheden til at gøre det, man lyster. Det er uforpligtende. Uforpligtende er et af de begrebet, der knytter an til konstitueringen af hygge. Det uformelle og uforpligtende ved at være sammen, der ikke må kræve de store anstrengelser. Oplevelsesmomentet er også vigtigt, og det at have en fælles oplevelse sammen med tætte medmennesker, opstår ikke kun ved at rejse sammen, men også ved shopping, teaterture, koncerter, sport, biografture samt kokkerere, bage og sylte i køkkenet, hvor fællesnævneren for alle aktiviteterne er, at der bruges tid sammen og skabes en god oplevelse. Karina nævner blandt en dejlig samtale mellem mennesker eller den mere passive hygge på sofaen med slumretæppe og en god film.

Karina: "*Min kollage er meget centreret om hygge med venner, men familien er der også. Jeg tænker meget på gode oplevelser. En god oplevelse kunne for eksempel være en koncert, en teatertur eller en biograftur. Det kunne være familien på stranden og meget mere. Jeg er også meget fysisk inspireret, så det kan også være sport. Sport med en eller sport med flere, men i det hele taget sport, hvor man er fælles om noget. Det kan også være en tur i spa med en flaske champagne, det synes jeg også er vældig hyggeligt. Og så kan det bestemt også være slumretæppe, film og dæmpet belysning. Jeg er bestemt også meget til dæmpet belysning og nødder og rosiner. Og det kan være både med venner og familie. Og så har jeg skrevet en dejlig samtale, og der mener jeg faktisk, bare det at snakke sammen og være sammen om noget, som man synes er dejligt og berigende, i stedet for man sidder og sabler hinanden ned over de negative ting her i livet. Det at man prøver at bidrage med en oplevelse, snakker sammen eller gør noget sammen. Det er jeg nok meget til.*"



Figur 11.4 Karinas kollage

Samhørigheden er gennemgående for Karinas kollage, hvilket også er i trit med den livsfase, som Karina befinder sig i. Karina er single, bor for sig selv og bruger rigtig mange af ugens aftener på at hygge med venner. Når hun regner med at skulle have en hjemmeaften, så ringer telefonen, og så er hun hurtig ude af døren for at besøge venner. At være fælles om noget og få nogle gode oplevelser sammen, har altid været centralt for Karina, der er opvokset i en kernefamilie, hvor moren gik hjemme og huset altid var fuld af venner og veninder, hvis Karina ikke var af sted til en af hendes mange fritidsinteresser. Hendes opvækst er præget af, at hun har været en del af en familie med fokus på at være sammen i hjemmet og på ferier.

Hvem og hvorfor?

Det er bestemt ikke underordnet, hvem man hygger sig med. De fleste nævner familie og venner, som de primære sociale relationer, hvori hygge tager sig ud. Resultater fra spørgeskemaundersøgelsen, som er præsenteret i kapitel 9, bekræfter også, at det er signifikant mere hyggeligt i samvær med familie og venner end med mere perifere bekendtskaber, som for eksempel kolleger. Dette bekræftes til dels i fokusgruppeinterviewet, hvor det dog ikke underkendes, at arbejdspladsen er et sted, hvor individer dagligt bruger meget tid. Der tilbringes meget tid med

kolleger på bekostning af familie og venner, men det er en anden hygge, der udspiller sig på arbejdspladsen. Det skal naturligvis også ses i lyset af, at forholdet kolleger imellem er meget forskelligt, afhængig af arbejdspladsen og den menneskelige sammensætning.

Jan: ”*Jeg kan godt hygge mig med mine kolleger, men så var de nok også gået hen og blevet mine venner. Det tror jeg. Så er der måske ikke den helt store forskel, andet end vi så mødes på en særlig lokalitet. Men dem jeg hygger mig med, er også dem, som jeg synes er søde mennesker og sjove at være sammen med. Og det er som regel lidt hyggeligt, hvis vi har en god snak gående om et eller andet og griner lidt […]. Det kan godt være nogenlunde den samme slags hygge, som med gode venner, hvis vi for eksempel er på seminar og sidder om aftenen med lidt rødvin. Så kan det godt være ligeså hyggeligt, som at have venner på besøg. Men det er som regel nogle kolleger, som jeg kender godt, og jeg kunne måske ligeså godt invitere dem med hjem, men jeg gør det ikke, fordi der er en forskel der. Jeg tror sagtens, at det kunne have været blevet mine venner. Det er tætte kolleger.*”

Jan nævner, at det er ’nogenlunde den samme hygge’, hvori han indikerer, at der er flere typer eller niveauer af hygge afhængig af de mennesker, som man er sammen med. Det at have en god snak gående, samt grine med søde og sjove mennesker som han kender godt, er et symbol på den afslappede og uformelle stemning, der er central for hyggens manifestation.

Karina er enig i Jans fortælling. ”*Jeg har det ligesom dig, Jan. Der er nogle mennesker, som jeg er tæt på, og så er der andre, som er mere perifere. Og dem jeg er tæt på, kunne ligeså godt være mine venner, og dem kunne jeg også godt invitere hjem, hvis det var.*”. For Karina og Jans vedkommende arbejder de sammen med kolleger, hvor de autoritetsmæssigt er på lige fod. Jan arbejder som adjunkt på en større uddannelsesinstitution, hvor hans interaktion med kolleger foregår med henblik på planlægning af undervisning og i forskningsmæssige sammenhænge. Der er ikke et indbydes magtforhold, hvilket også gør sig gældende for Karina, der til dagligt arbejder som børnepsykolog og deler kontor med ligestillede kolleger. Begge har et ligeværdigt forhold til deres kolleger, hvilket må antages at have en betydning, da det angiveligt er med til at skabe en uformel og mindre

anstrengt stemning. Eksempelvis nævner Karina, at hendes forhold til hendes kolleger til tider kan blive lidt for hyggeligt, når de danser rundt på kontoret for at få gang i blodcirkulationen.

Marianne og Kim derimod er til daglig ledere og oplever ikke på tilsvarende måde det hyggelige samvær med kolleger på arbejdspladsen, som med familie og venner på hjemmefronten. Marianne beskriver et vist pres i hendes arbejdsdag, som ikke er til stede, når hun er med venner og familie. Tiden er simpelthen ikke til det. Det at kunne hygge sig kræver tid, afslappet stemning og ingen magtmæssige spændinger. Kim fremhæver autoritetsforholdet, der er hæmmende for den tætte, åbne og ligeværdige dialog, som eksempelvis eksisterer mellem venner og familiemedlemmer.

> Kim: ”*Jeg har det på en anden måde med mine kolleger. Dem, jeg arbejder sammen med er mine medarbejdere, og jeg er deres leder. Men vi hygger os da stadig og spiser morgenmad sammen hver morgen. Vi sidder og griner over det, der var i fjernsynet i går og snakker lidt arbejde, men det er ikke nogen mennesker, der på nogen måde er mine venner eller bliver mine venner. Jeg hygger mig bedre med mine venner, men det er nok også fordi, jeg giver lidt mere af mig selv. Man ved mere om hinanden, og hvad der ligger helt bag. Det er måske det, der gør forskellen. Så jeg hygger mig bestemt meget bedre med venner og familie end med kolleger, selvom det også er fint nok.*”

I den tætte relation med venner og familie dannes et rum for fortrolighed. At turde være sig selv og åbne sig uden fordømmelse, er med til at skabe den løse og uformelle stemning, der danner grundlaget for en hyggelig situation. En mere overfladisk snak om tv-udsendelser kan nemt være samtaleemnet blandt kolleger. Kim, Jan og Karina nævner den gode og dejlige samtale mellem to tætte mennesker, hvor dybere emner berøres og en fortrolighed skabes.

Individualisme

Det sociale er et væsentligt aspekt af hyggefænomenet, men alle interviewpersonerne nævner i en eller anden udstrækning behovet for, at hygge med sig selv. Der nævnes blandt andet ‘enetid’, ‘mit eget rum’, ‘brug for at være alene’ og ‘hyggeligt for mig selv’ som ord, der beskriver det individuelle hyggelige forum. Generelt for interviewpersonerne fylder den sociale hygge mere end

den individuelle hygge, hvilket dog ikke er tilfældet for Pernille. Pernille bor alene, da hendes voksne søn er flyttet hjemmefra. Denne livsform giver sig på flere måder til kende i Pernilles forståelse af hygge, da hendes fortællinger og kollage tager udgangspunkt i hygge på det individuelle plan i modsætning til den tætte, sociale relation. Pernille er opvokset i en familie, som hun selv karakteriserer som atypisk, hvor hverdagen ikke bar præg af harmoni og hyggelige stunder. Dette kan naturligvis have en indflydelse på de betydninger, Pernille i dag tillægger hygge. Pernille nævner blandt andet hygge med sig selv, når hun passer sommerhus, læser bøger, tager på ferie og når hun shopper.

Figur 11.5 Pernilles kollage

Pernille: ”*Jeg elsker at finde nogle rigtig gode ting til folk, jeg holder af. Og bruge tid på det, for jeg elsker at give gaver. Og så er det også hyggeligt bare at gå og kigge. Jeg slapper af ved det. Det er ikke altid, at jeg nødvendigvis køber noget, men bare det at gå og kigge på mennesker, når jeg shopper […]. Jeg kan godt lidt at gå i Skt.*

Pederstræde[34] *med de mange små og anderledes butikker med anderledes mennesker. Men jeg kan også godt lide at gå i Illums Bolighus*[35]*. Jeg elsker at kigge på mennesker, og jeg kan også godt lide bare at sidde på en cafe og kigge på mennesker.*"

I gruppen er der langt fra enighed om, hvorvidt shopping kan karakteriseres som hyggeligt, da blandt andre Marianne pointerer det stressende element ved at shoppe. Der bliver dog hurtigt lavet en distinktion mellem det at handle dagligvarer i en hektisk hverdag, og det at have tid og overskud til at shoppe, sidde på cafe, absorbere indtryk og nyde dagen ved at gå og kigge på butikker og mennesker i et afslappet tempo. Gennem denne diskussion står det klart, at det i bund og grund ikke drejer sig om forbindelsen mellem shopping og hyggeaspektet, men det essentielle er, at den individuelle hygge rodfæstes i individuelle behov og interesser. At det er egen tid, en formålsløs tid uden pres og krav fra omgivelserne, hvor tankerne kan få frit rum, og ting gøres i eget tempo. I trit med Pernilles hyggelige timer på shoppingturen, finder Tobias en tilsvarende hygge i eget selskab med at bruge hænderne.

Tobias: "*Ligesom Pernille godt kan lide at shoppe, så kan jeg godt lide at tage en tur i Silvan*[36] *eller kigge i alle de der værktøjsmagasiner. At kunne kigge på alle de ting, som jeg ikke kan få. Men ønske mig. Altså kigge på ting, som jeg synes er spændende. Jeg elsker at lave ting […]. Jeg synes, det er skide sjovt at lave alle mulige små ting, og så kan man ikke undgå at få nogle nye ideer eller ønsker til ønskesedlen. Det er faktisk lidt ligesom Pernille, hvor jeg slapper af med at gå og kigge. Bare i en anden boldgade.*"

Tobias interesse ligger i det kreative håndværk, som han også gennem sin uddannelse, som lærer, specialiserer sig i. Det er denne interesse, der gør, at Tobias finder det hyggeligt at lave forskellige ting derhjemme. Desuden finder Tobias det hyggeligt at tage i Silvan og andre byggemarkeder for at blive opdateret med, hvad der er kommet af nye produkter på markedet, få nye ideer og blive inspireret til nye gør-det-selv projekter. Denne form for hygge bekender Jan sig til.

[34] Shoppinggade i Latinerkvarteret i indre København.
[35] Større bolighus på gågaden i indre København.
[36] Byggemarkedskæde.

Jan: ”*Tobias og jeg ligner meget hinanden bortset fra, at jeg ikke går i Silvan. Det der er hyggeligt, er at bruge tingene. Jeg kan godt lide boremaskiner, men der hvor jeg hygger mig er, når jeg kommer hjem og skal i gang med tingene. Det med at indkøbe materialerne skal bare overstås. Det allerbedste er, hvis de kan levere det hele ude på fortovet. De store byggeprojekter, hvor jeg har fået skrevet alt ned og leveret det ude på fortovet. Når jeg så kommer hjem en fredag eftermiddag og ser, det er leveret, så er det bare hyggeligt at skulle i gang. Det er bare hyggeligt for mig selv, for der er ikke andre i familien, som synes det er hyggeligt. Så det bliver meget individuel hygge.*”

Jan understreger, at det håndsværksmæssige er modpendanten til hans hverdag, hvor han bruger meget tid foran computeren og bruger hovedet frem for hænderne. Han nyder det fysiske aspekt i at bruge kroppen, når han har fri. Et frirum, som er hans eget, hvor han kan få fri udfoldelse. Et frirum, som både Karina, Pernille og Kim finder i selskab med en film eller god bog i hyggelige omgivelser med tæppe eller dyne, hvor en lille hyggekrog etableres.

Karina: ”*Jeg er enig i, at det også bare kan være hyggeligt, at være sig selv. Slumretæppe, film og dæmpet belysning, og så holder I andre jer bare væk. Det kan også være rigtig hyggeligt.*”

Pernille: ”*Sådan en uge som sidste uge, hvor det øsregner. Ind i sengen med varm kakao og en bog. Og så stearinlys naturligvis. Det er hyggeligt.*”

Kim: ”*Så har jeg også sat en stol og en god bog. Det er så tid alene. At sidde og læse, eller der kunne faktisk også ligeså godt have været fjernsynet. Der kunne også godt have været et tæppe eller noget, så man kunne få sig en lille ”morfar” (middagslur), mens man sidder der. Det synes jeg også er dejligt. Tid for sig selv.*”

Figur 11.6 Kims kollage

Kim finder også hygge på sine lange gåture i de sene aftentimer, som på kollagen er symboliseret med de to gående kvinder og en hund, hvor han nævner at gå med en hund over en mark. Heri opnås friheden og stilheden ved at være ude i naturen. Som med shopping og gør-det-selv projekter interesserer Kim sig for kaffe og hygger sig med at tage ud og købe forskelligt kaffe, for derefter at tage hjem og eksperimentere med det i køkkenet, så han har lækker kaffe, som han kan servere for vennerne. Han nyder kaffe og finder hygge i at have tid til at gå og prøve sig lidt frem.

Det, at bruge tid i køkkenet på brygning af kaffe eller hvad det ellers måtte være, er Marianne enig i. Marianne er generelt meget social i hendes tilgang til hygge, men nyder også selv at gå i køkkenet og sylte og bage, hvorved hun slapper af og hygger sig.

Tidsperspektiv

Om hygge etableres i eget selskab eller i fællesskabet, så er tid en vigtig faktor. Tid udgør fundamentet for, at hygge overhovedet kan eksistere, som et tidsmæssigt frirum i en hektisk hverdag, hvor tid er en knap faktor for mange individer. At have tid til at shoppe og lave gør-det-

selv projekter, tid til at se film og læse bøger, tid til en 'morfar' (middagslur) i lænestolen, tid til familie og venner, tid i køkkenet, tid ved middagsbordet, tid til ferie. Kim nævner blandt andet brunch som værende rigtig hyggeligt, da brunch i weekenden ofte starter op af formiddagen, og man derfor har tid til at sove længe inden. Når man så endelig mødes, kan man sidde og hygge sig, til man ikke gider mere. Der er sjældent en 'bagkant' af nogen slags, og selvom Karina pointerer, at man ofte kun sidder nogle timer, så er det stadig en tidsmæssig frihed til at sidde så længe, der ønskes. Men trods denne frihed, så er hygge ofte bestemt til at vare en vis rum tid. Et væsentligt aspekt af hygge er nemlig, at den er situationsbundet og afgrænset til et vist tidsrum, som for eksempel brunch, hvor der er en implicit forståelse af, at det tager nogle timer. Jan pointerer det hyggelige ved at mødes og spille volleyball, som han gør ugentligt. Det hyggelige er, at denne aktivitet finder sted inden for et aftalt tidsrum. Det giver sig til kende på flere måder i det empiriske materiale, da hygge ved forskellige aktiviteter eksisterer som et resultat af individers engagement, tilstedeværelse og bevidsthed. Hygge opstår i den tid, der sættes af til hygge, og det er vigtigt, at tiden ikke flyder sammen med hverdagens andre gøremål. Tiden bliver kvalitativ anderledes, og eksisterer som et rum, hvor tidsbegrænsede aktiviteter udfoldes, som eksempelvis at gå til koncert, i biografen, brygge øl sammen, sylte og bage sammen eller lave mad sammen.

Ferie associeres ofte med hygge, fordi hverdagens skemalagte arbejdsdag brydes, og der pludselig er tid til hygge. Som Pernille giver udtryk for, så er det at være afslappet og uden planer et godt udgangspunkt for hygge.

> Pernille: "*Jeg kan sagtens have det hyggeligt, når jeg ligger et eller andet sted på ferien med en god bog. For på ferien har jeg tit de der gode timer, hvor jeg bare kan rive en dag eller fem ud af kalenderen, og gøre hvad der passer mig.*"

På ferier sættes tid af til hygge, og det kræver ikke den samme indsats som i en travl hverdag. Både Marianne, Kim og Karina giver udtryk for, at det i hverdagen kan være vanskeligt at få hygge indpasset, selvom de på forskellige måder prioriterer hygge på bekostning af andet. De tager sig tid til det. Karina har en travl uge med fuld fart på og prioriterer hygge med vennekredsen langt højere end aftener i eget selskab. Den selskabelige hygge er vigtigt for hende.

Karina: ”*Der er fuld fart på. Jeg synes mere, det er et problem ikke at have nok tid til sig selv og sige, ”så nu tror jeg ikke, at jeg skal have kontakt med nogen”, og prioritere sig selv lidt. Jeg synes, at jeg render rundt til noget hele tiden og hygger flere gange om ugen. Det er, hvad jeg bruger mine aftener på. Jeg prioriterer min vennekreds rigtig meget. Det gør jeg, og det er dem, som jeg hygger med. Så er de til middag hos mig, så er jeg til middag hos dem. Når jeg så tror, at jeg har en friaften, så er der lige en telefon, som ringer.*”

For Marianne er det familiære vigtigt. Hun har travlt på sit arbejde, som tager meget af hendes tid og nævner også, når snakken falder på fremtiden, at arbejdet nok fortsat vil fylde en del i hendes liv, indtil hun pensioneres. Marianne prioriterer venner og familie, hvor der sættes tid af til hygge, i modsætning til på arbejdet. Der er ganske enkelt for meget arbejde og pres på og ikke tid og forum til hygge. I hverdagen prioriterer Marianne og hendes mand hyggen, og finder det vigtigt at gøre nogle ting sammen for at skabe den hyggelige atmosfære. De står gerne tidligt op og tager sig tid til en afslappet og hyggelig morgenmad sammen, inden de tager på arbejde. Ligesom Marianne også nævner, at det er ret hyggeligt, når hendes mand dagligt serverer en café latte til hende i badeværelset, mens hun står i badet. De hygger om hinanden. Til spørgsmålet om, hvor tit de hygger sig, svarer Marianne således.

Marianne: ”*Det gør vi faktisk tit. Jeg vil sige, at det gør vi næsten hver dag. Vi tager os tid til at spise morgenmad hver eneste morgen. Og jeg synes også, vi tager os tid til at spise aftensmad sammen næsten hver aften. Men der er ikke venner på besøg i hverdagen. Det kommer vi altså for sent hjem til, og så går vi til det ene og andet om aftenen. Så det er weekenderne, hvor der hygges med venner. Hver tirsdag hygger jeg så med mine to piger. Det er fordi, vi går til nogle ting sammen. Så er der familiehygge tirsdag.*”

Kim mener ligesom Marianne, at den hjemlige hygge er væsentlig at opprioritere i hverdagen og nyder blandt andet at hygge med sin søn, som han bevidst tager sig tid til. Det hænder tit, at han tager tidligt hjem fra arbejde blot for at slappe af og hygge sig med ham.

Kim: ”*Jeg tager mig tid til at hygge hver aften, når jeg spiser sammen med min søn. Det skal bare tage den tid, som det tager. Det er selvfølgelig med at få lavet maden i god tid, for han skal tidligt i seng. Så det handler om at få startet i god tid. Det prioriterer jeg. Og der skal være tid til at lege bagefter, og til at bade og læse en historie.*”

At have tid og sætte tid i parentes er essentielt i forståelsen og etableringen af hygge.

Nærvær

Tid og nærvær er i samspil det grundlæggende for at hyggesituationer kan opstå. Når man afsætter tid til noget, opstår der ofte en større mental tilstedeværelse. Hygge med andre mennesker og sig selv kræver mental tilstedeværelse, overskud og engagement. Som Knudsen (1996) også refererer til, så eksisterer hygge inden for en afgrænset gruppe, hvor alle skal deltage i konversationen og være til stede med en vis nærværenhed. Engagement og delagtiggørelse er med til at skabe den samhørighed, der kendetegner den familiære hygge. Og så er det i bund og grund lige meget, hvad man bidrager med, så længe man er mentalt tilstede og tager del i hyggen. Blandt interviewpersonerne er der enighed om, at det ødelægger hyggen, hvis halvdelen af et selskab pludseligt beslutter sig for at se eksempelvis fodbold i tv. Hyggen ødelægges i de tilfælde, hvor ikke alle er enige eller engagerede i beslutningen om at se tv sammen, og gruppen af mennesker deles, så man ikke længere er fysik eller mentalt sammen. Til gengæld nævnes, at MGP (børnemelodi grandprix) kan være rigtig hyggeligt at se sammen med børn, men i disse tilfælde er der også enighed i gruppen herom, og derfor er alle nærværende i at skabe hygge om MGP.

Man kan både være mentalt tilstede og tage aktiv del i hyggen, eller man kan være til stede uden ord og stadig hygge sig i hinandens selskab. Denne nærværenhed nævnes flere gange. Der er enighed om, at man ikke nødvendigvis behøver at bidrage verbalt, så længe man bare er sammen og har følelsen af at være sammen.

Jan: ”*En løbetur med en anden kan faktisk være rigtig hyggelig. Og måske også selvom man ikke siger noget. Bare nærværende og vide at man*

løber sammen. […] Når jeg løber med min kone, kommer jeg ind i sådan en "vores egen verden". Det er kun os og resten kan være fuldstændig ligegyldigt. Der løber vi og hygger […]."

Karina bekræfter denne følelse med "*[…] at det gælder om at være nærværende. At være mentalt tilstede.*", som ikke altid kræver en samtale. Marianne oplever denne mentale tilstedeværelse i hyggen næsten dagligt, hvor hende og hendes mand går tur.

Marianne: "*Jeg går ofte om morgenen. Kl. 5.45 står vi op, og så går vi tur rundt om Utterslev mose, min mand og jeg. Der er de der 8 kilometer. Selv når det er bælgravende mørkt. Det er altså kanon hyggeligt. Og så kan man gå og snakke eller lade være. Bare det at være sammen og opleve noget sammen, det synes jeg er rigtig hyggeligt.*"

Ord eller ingen ord, så kræver det mere end en fysisk tilstedeværelse for at hygge sig sammen eller hver for sig. Det, der kendetegner den individuelle hygge, er også en mental tilstedeværelse, og at aflede tankerne fra hverdagens praktiske gøremål, som arbejde, indkøb, rengøring, planlægning osv. Interviewpersonerne giver udtryk for, at den individuelle hygge også er en tilstand, hvor man er mentalt tilstede om noget, som man holder af. Det kan være at læse en god bog, gør-det-selv projekter, se en film, shoppe, sidde på cafe og se på mennesker, stå i køkkenet og lave lækker mad eller sylte frugter. Det kræver et mentalt engagement at være i en tilstand eller situation, som betegnes som hyggelig.

Afslapningens monotoni

I såvel den individuelle som sociale hygge er der grænser for den adfærd og de aktiviteter, som falder ind under opfattelsen af hygge. I analysen af det empiriske materiale bliver det tydeligt, hvordan interviewpersonerne flere gange diskuterer, hvorvidt noget er sjovt, underholdende, fedt eller hyggeligt. Det frembringer interessante perspektiver på de forskellige begreber og deres respektive skillelinjer, som der ikke er helt enighed om i gruppen. Som nævnt opleves især ferier som hyggelige, da det giver tid til samvær, oplevelser, afslapning og frihed til at gøre, som man

lyster. Men kan det også være hyggeligt at rejse, når det samtidig er udfordrende, og man bevæger sig væk fra trygheden og den afslappende komfort zone?

Jan har på kollagen skrevet: 'opleve – udfordre – prøve' og fortæller, at han nyder at komme et nyt sted hen, hvor alt er fremmed og udfordrende, og forsøge at falde ind i den hverdag, der er der. Det giver ham en god mavefornemmelse, og den udfordring finder han også hyggelig. Udfordringer er ikke, hvad resten af gruppen associerer med hygge, og blandt andre Tobias og Pernille er uenige med Jan.

> Tobias: "*Jeg vil ikke kunne sætte det ind under min definition af hygge. Jeg synes, at det er megafedt. Men som koncept, og det du nævner, så er det at rejse ikke, hvad jeg sætter under min definition af hygge.*"
>
> Pernille: "*Det gør jeg heller ikke. Det er derfor, jeg har sat ferie på. Det med at holde ferie, og gøre lige hvad der passer en og ikke stresse. Det er hygge for mig. Det er enormt fedt, men også hyggeligt. Men du har ret i, hvis man er aktiv, som hvis man skal dykke, vandre eller noget helt andet. Det kan man ikke sige er hyggeligt.*"

Igen bliver hygge momentan og afhængig af situationen, hvor den især udspilles i en afslappet atmosfære, der hverken er for psykisk eller fysisk krævende. I forsøget på at forstå Jans ræsonnement, så handler det meget om, at det ikke må blive for kedeligt og trivielt, hvilket er kendetegnede for en stor del af Jans hverdag. Det bliver for kedeligt bare at ligge på stranden, rejse det samme sted hen, spise det samme mad hver dag. Jan har siden sin opvækst, hvor familien flyttede meget, været vant til at skulle omstille sig og prøve noget nyt. Han arbejder til dagligt med videnskab og forskning, hvor det er essentielt at være i stand til at tilegne sig ny viden. Samtidig bruger han mange timer i køkkenet på at lave nye madretter, prøve nye øl osv. Som person er Jan ikke udelukkende til det trygge og velkendte, men finder glæde i at udfordre flere områder af livet, hvilket naturligvis også afspejles i hans forståelse af hygge i relation til ferier og rejser.

Der er en grænse for, hvor fysisk hårdt man må anstrenge sig, førend det ikke længere er hyggeligt. Diskussionen falder hurtigt på sport, som fylder meget i flere af interviewpersonernes liv. Kan sport og hygge kombineres?

Kim: ”*Jeg tænker lidt, når Pernille siger håndbold. Det at spæne op og ned af banen og aflevere bolde til hinanden. Det er jo sport. Jeg kunne aldrig drømme om at løbe op og ned af banen og tænke, ”nej, hvor vi hygger”. Jeg vil synes, at det er fedt. Det er fedt at løbe, og nu scorer vi nogle mål. Det er jo ikke hyggeligt, men det er det bagefter, som er hyggeligt. Eller måske i pausen, eller hvis man har scoret et mål og lige går hen til hinanden og udveksler et par ord. Men selve sporten, håndbold, det kan jeg altså ikke se som hyggelig […]. Det er sådan, når jeg tænker på det med sport og hygge – uanset hvad det så egentlig er, som jeg gør. Stå på ski for eksempel. Selve det at stå på ski, synes jeg er skidefedt, men det er jo ikke selve det at stå på ski, for så stopper man og står stille, snakker lidt og kigger ud over nogle bjerge. Det er hyggeligt. Og bagefter til ”afterskiing”, det er rigtig hyggeligt. Men selve sportsakten synes jeg egentlig ikke er hyggelig. Det nærmeste jeg kan komme er måske golf, hvor man går og snakker meget af tiden.*”

Man kan ikke være alt for forpustet eller svedig, samtidig med man hygger sig. Det er der bred enighed om i gruppen. En stor del af det sportslige, der forbindes med hygge, er de sociale aspekter, der ligger ud over den konkrete fysiske aktivitet. Af sociale aktiviteter nævnes petanque og kroket også i forbindelsen med hyggelige sportsgrene, der må siges at være forholdsvis afslappede aktiviteter, som ikke giver sved på panden. Jan nævner blandt andet, at han af og til spiller ‘hygge-volley’ (som de kalder det), med nogle venner, hvor en stor del af hyggen i bund og grund ligger udover den fysiske aktivitet.

Jan: ”*Når jeg spiller volleyball. Det gør jeg sammen med nogle andre. Så synes jeg også, det er hyggeligt. Men det er måske fordi, det kun er os selv med nøgler, der låser os ind, og det er efter mørkets frembrud. Og*

> *så er vi sammen om det – lige præcis det. Jeg tror nemlig også, det handler om, at det starter her, og så er vi sammen. Meget enkelt, vi behøver ikke diskutere noget som helst. Vi ved bare, nu kører det, og så har vi det skægt. Der er nemlig den stemning, at vi kan godt tåle at tabe. Så når der er en af de situationer, hvor en gider diskutere om bolden var ude, eller om den ikke var ude, så bliver det mindre hyggeligt. Skidt nu med det – vi er her jo for at hygge os. Vi kalder det faktisk "hyggevolley". Så har vi på forhånd defineret, at her bliver der ikke diskuteret nogen bolde."*

Som Jan giver udtryk for, så er stemningen vital for at hygge kan etableres, og det gælder både inde og ude for banen.

Den gode stemning

Stemningen er et af de ord, der går igen gennem hele gruppeinterviewet. Hvorvidt stemningen er god eller dårlig er af afgørende betydning, når man skal hygge sig. En stemning består af mange forskellige elementer, hvor hovedparten er interaktionen mellem de mennesker, som er samlet. Men en stemning kan også påvirkes af materielle ting og udefrakommende faktorer, som for eksempel stearinlys og vejret, hvilket også fremgik af præsentationen af de 28 hyggeelementer i kapitel 9. Derfor vil jeg lave skellet mellem fysiske omgivelser og sensoriske påvirkninger i forsøget på at forstå, hvordan en hyggelig stemning skabes.

Fysiske omgivelser

Der er ingen tvivl om, at de fysiske omgivelser har betydning for den hyggelige stemning. Hygge kan planlægges nok så meget, men ikke garanteres, da det er en sammenslutning af alle fem delelementer, som skal være til stede, førend hygge kan etableres. Ved et hurtigt blik på kollagerne er det ikke til at undgå at se lys og ild i flere afskygninger, og der bliver også gennem hele interviewet nævnt dæmpet belysning, stearinlys, levende ild og brændeovn, som værende hyggelige elementer, der er med til at skabe den rigtige stemning. Dette bekræfter resultaterne af den kvantitative undersøgelse, hvor især stearinlys og ild fra ildsted, som to af de 28 hyggeelementer, blev vurderet til at have stor indvirkning på hyggen.

Jan: ”*Ofte er stearinlysene katalysator for hyggen, men det kan også være noget andet. Der er bare noget med stemningen. Jeg kan ikke hygge mig under et lysstofrør. Lysene skal slukkes, og så må der være en dæmpet belysning, for at det bliver rigtig hyggeligt.*”

Kim: ”*Det kommer vel også an på selskabet, gør det ikke? Når man sidder og falder i snak over nogle ting.*”

Jan: ”*Jo, men hvis jeg sådan spontant skal bruge begrebet hygge, så gør vi det vel mest, når det er mørkt.*”

En af de få antropologer, som har beskæftiget sig med hyggebegrebet, er Henry Harald Hansen, der også er stødt på de forskellige hyggeelementer, som dæmpet belysning, stearinlys, ildsted, dug på bordet samt god mad og drikke, der jævnligt inddrages i hyggen (Hansen, 1980). God mad og drikke skal bestemt ikke overses, men dette område af hygge vil jeg komme nærmere ind på i næste kapitel. Derimod er der flere af interviewpersonerne, som nævner vejret som katalysator for hyggen. Der nævnes specielt vinteren og den mørke tid, hvor hygge etableres inden døre, men i opposition hertil betragtes sommeren også som hyggelig. Pernille påpeger en sen sommeraften, og Tobias nævner det hyggelige ved at sidde en aften og se en solnedgang. I begge tilfælde er solen på retur og mørket falder på. Det interessante ved mørkets bidrag til hyggen er, at mørket samtidig kan virke uhyggeligt uden en snert af hygge. De fysiske elementer som stearinlys, dyner, tæpper, varme drikke mv. er i samspil med de fem overordnede temaer med til at transformere en mørk og ikke hyggelig situation til en hyggelig situation. Dette illustrerer netop nødvendigheden af elementernes indbyrdes interaktion og organisering.

Når snakken falder på at skabe et hyggeligt forum, nævner Pernille blandt andet det hyggelige ved en regnvejrsdag, hvor hun vælger at blive under dynen, i sengen, med en god bog og en kop varm kakao. Karina refererer til et slumretæppe og en god film, mens Kim nævner, at et tæppe ville være oplagt, når han sidder i lænestolen og læser. Dyner og tæpper er tydeligvis med til at skabe den afslappede, lune og trygge stemning, der forstærkes ved at afgrænse hyggen til en lille hyggekrog eller et hyggehjørne. Den hjemlige indendørs hygge, i en mørk tid omgivet af levende lys, danner ofte rammerne for en hyggelig stund, men som Hansen (1980) bemærker, så kan hygge også finde sted i haven eller på stranden. Flere af interviewpersonerne har stranden med i deres fortællinger,

hvor Tobias, Kim og Karina nævner stranden som et sted, hvor der slappes af, snakkes og læses. Et sted, hvor man kan være fælles om noget, lave noget sammen og få en god oplevelse sammen. Stranden er et sted, hvor individer tages ud af hverdagsrutinen og kommer for at slappe af. Stranden stiller ikke krav til individet, og der er ikke andet at lave på stranden, end hvad man selv lyster. Ingen krav og forpligtelser. Jan er delvis enig heri, bortset fra, at han ikke kan ligge og slappe af på stranden, men skal aktiveres i form af at bygge sandslotte med sine børn. Det bliver for kedeligt for ham bare at slappe af. Hansen (1980) bekræfter at hygge kan grænse til det kedelige afhængig af situationen, hvor kedsomheden ofte giver sig til udslag blandt unge mennesker, der ikke altid kan nyde det afslappende og formålsløse moment af hyggen.

Sensoriske påvirkninger

De fysiske omgivelser skaber de ydre rammer for den hyggelige stemning, men derudover er det også vigtigt, at der eksisterer en afslappet og uformel stemning, hvor stress på ingen måde er forenelig med hygge. Hygge kan planlægges nok så meget, og så alligevel kan den forkerte stemning, snak eller aktivitet ødelægge en god stemning eller sikre, at aftenen ikke bliver ligeså hyggelig, som planlagt. Der er mange aspekter som skal gå op i en højere enhed, førend stemningen er den rette.

> Jan: ”*Det kan jo også være nogen, som man har kendt vældig godt og hygget sig med masser af gange, og så er der pludselig en gang, hvor det ikke er hyggeligt.”*
>
> Tobias: ”*Der kan jo også godt være momenter. En hyggelig aften kan godt have været mindre hyggelig. Jeg ville ikke bruge udtrykket uhyggelig, det forbinder man ikke lige med hygge. Man kan jo sagtens overordnet set have en rigtig hyggelig aften, men hvor der bare har været nogle små momenter, hvor det ikke har været så hyggeligt*.”

Hygge er situationsbestemt og momentant. Jan nævner for eksempel en aktivitet som at spille et spil sammen. Det kan være utrolig hyggeligt, men der kan hurtigt opstå en dårlig stemning, hvis én person ikke kan tåle at tabe. Så ødelægges stemningen. Eller som Tobias giver udtryk for.

Tobias: ”*Du kan jo sagtens sidde og hygge dig med de rigtige mennesker, og så kommer der et forkert emne på bordet. […] Det kan være, at samtalen lige drejer i en anden retning, så når man er færdig med det emne, finder man tilbage på sporet, og så er det hyggeligt igen.*”

Konsensus synes at være en betingelse for hygge, da disharmoni og diskussioner ødelægger den gode stemning. Der skal være enighed om, at der skal hygges, og det betyder blandt andet, at aktiviteten/snakken skal være god og dejlig, så der ikke opstår konflikter og uenigheder. ”*Det kan hurtigt blive for alvorligt.*” siger Karina og nævner, at der eksisterer emner, som helst ikke skal bringes op på en hyggelig aften. Politik, økonomi, religion, religiøse bevægelser samt børneopdragelse er kritiske emner. Kendetegnet for disse emner er, at det er holdningsstærke emner, som der ofte er divergerende holdninger til. Der er enighed om, at man skal være varsomme med sine udtalelser, da der hurtigt kan startes en diskussion, som sætter den gode stemning over styr. Kim fortæller om en hyggelig aften med vennerne, der hurtigt tog en drejning, da økonomiske og materialistiske aspekter af hverdagen kom på dagsordenen.

Kim: ”*Vi prøvede på et tidspunkt at sidde og hygge os med vin, mad, lys og det var rigtig hyggeligt at sidde og snakke, men så gik snakken over på de to, som vi besøgte, der boede i Frankrig. Når de skulle flytte hjem, ville de flytte til Sverige, for så kunne de få deres bil med hjem, og det hus de gerne ville have. Så snakken tog hurtigt en drejning til alt det her materielle, som de gerne ville have frem for at være tæt på familien og de nære. Det blev en ret ophedet diskussion til sidst. Det endte med, at der simpelthen var én, som rejste sig og gik fra bordet, og var sådan lidt ”nu kan det sgu være nok”. Der var slet ikke noget hygge tilbage. Det var helt ødelagt. Bagefter kunne vi have nok så meget lækker mad og vin, men hyggen var fuldstændig spoleret. Så det blev en lang aften, med at få udredet trådene bagefter.*”

Visse emner bør man holde sig fra, da de ganske enkelt ikke er fordrende for det hyggelige samvær. Det er en risiko få individer ønsker at løbe, da hygge eksisterer som et frirum fra hverdagens

stressede livsførelse og derfor har høj prioritet. Der værnes om de hyggelige situationer, og for mange diskussioner kan ødelægge hyggen.

Opsamling og diskussion

Analysens formål er at skabe en indsigt i, hvordan hyggefænomenet etableres og udfoldes i forskellige situationer. Resultatet viser, at hygge er et forholdsvis komplekst fænomen og kræver, at forskellige betingelser er opfyldt, førend hygge kan finde sted. Hygge bliver en organiserende metafor med en række forudsætninger, der skal indfries, som led i etableringen af hygge. Organiseringen af hygge indeholder en masse konventioner[37] og sociale praksisser, som der var relativ stor enighed om blandt interviewpersonerne, til trods for deres indbyrdes forskellighed. En enighed, der må formodes at skyldes, hyggens stærke forankring i den danske kultur, som et institutionaliseret fænomen der ikke kun etableres i hjemmet, men også gennem institutioner, som børnehaver, skoler, arbejdspladser, fritidsinstitutioner mv., hvor klassens time, kageordninger, morgenmadsordninger, fredagsbarer er fora for hyggens udfoldelse. Fra barns ben socialiseres individet ind i et samfund, hvor hygge er forbundet med noget rart og et afbræk fra hverdagens trummerum og hektiske gøremål. Disse praksisser indlejres gennem opvæksten i individet, som en kronisk del af habitus og påvirkes løbende gennem livet fra omgivelser, som familie, venner, medier, producenter osv. (Bourdieu, 1984).

Resultatet af undersøgelsen viser, hvordan individer på flere måder, og så alligevel med væsentlige fællestræk, tillægger hyggebegrebet betydninger, som i forskellige kontekster giver mening. Kategoriseringerne/temaerne: Fællesskab og individualisme, Tidsperspektiv, Nærvær, Afslapningens monotoni og Den gode stemning, er organiserende for hyggen og skaber en social orden, der danner rammerne for den socialitet, som finder sted mellem individer i hyggelige situationer. Det er især interessant at disse kategorier er etableret på tværs af forskellige individer, som dog har varierende opfattelser inden for enkelte af kategorierne. Eksempelvis er grænserne for hvilke aktiviteter, der kan indgå i den fælles og individuelle hygge forskellige individer imellem, ligesom grænsen mellem afslapning og kedsomhed også varierer mennesker imellem.

[37] Konventioner adskiller sig fra praksisser ved at der er en større bevidsthed og social accept, og ligger dermed i spændet mellem sociale vaner, individuelle rutiner og den normative regulerede adfærd (Gronow og Warde, 2001).

Hygge etableres først og fremmest i den sociale sfære og opfattes som noget rart, trygt, uformelt og personligt, der eksisterer mellem mennesker, som holder af hinanden. Samhørigheden er vigtig i hyggen, som kan etableres i hjemmet, på stranden, på ferier, i sommerhuset, og hvor der ellers er mulighed for, at man kan være sammen og få nogle gode oplevelser sammen. Det er oftest med de tætte sociale relationer, som familie og venner, at hygge udspiller sig, men hygge kan også finde sted i eget selskab. Interviewpersonerne nævner alle behovet for tid og hygge med sig selv, hvor de på forskellig vis vælger aktiviteter, som de har det godt med og ikke finder for udfordrende. Det er alt fra at læse en bog, shoppe, til større gør-det-selv byggeprojekter. Det vigtigste ved den individuelle hygge er, at det er egen tid uden stress, krav og forpligtelser, hvor tankerne får frit spil og ting gøres i eget tempo. Hygge kræver tid, som for mange er en knap faktor i en travl hverdag. Dette er også en af årsagerne til, at hygge ofte finder sted i weekender, på fridage eller i ferier, hvis der ikke bevidst sættes tid af til hygge i hverdagen.

Det er ikke nok at være fysisk tilstede i hyggen. Hygge kræver en aktiv deltagelse i form af et mentalt nærvær, hvor der ikke længere tænkes på hverdagens praktiske gøremål, som arbejde, indkøb, rengøring, planlægning osv. Tidsperspektivet og nærvær er det basale i etableringen af hygge jævnfør figur 11.1. Tilmed er hygge en afslappet tilstand, hvilket også ligger implicit i flere af temaerne. Hygge må hverken være for psykisk eller fysisk krævende, og derfor heller ikke give for meget sved på panden. I fokusgruppen er der uenighed om, hvilke aktiviteter, der opleves som hyggelige. I forhold til den individuelle hygge er det et spørgsmål om individets interesse. I sociale sammenhænge er der derimod ikke helt enighed om, hvorvidt sport og krævende rejseaktiviteter kan betegnes som hyggelige, da disse aktiviteter bryder med afslapningsmomentet i hyggen.

Tiden, nærværet og selvvalgte individuelle eller sociale aktiviteter danner grundlaget for den gode stemning, som både skabes ved forskellige materielle genstande, men også i kraft af de gode samtaler. Foruden mad og drikke, som er en essentiel del af hyggen, så bidrager også en dæmpet belysning, stearinlys, levende ild, brændeovn og en god bog eller film under slumretæppet til den hyggelige atmosfære. Men selvom de fysiske rammer er til stede, så kræver det også en afslappet, rar, munter og uformel stemning blandt individer, hvor man skal være varsom med at tale om politik, økonomi, religion og religiøse bevægelser, samt børneopdragelse, da disse holdningsstærke emner let kan udløse en diskussion, der sætter den gode stemning over styr. Det må ikke være for 'tunge' emner, som bringes op, idet de kan skabe uenighed og disharmoni.

Med Bourdieu (1984) i tankerne viser analysen, at konstitueringen af hygge overordnet set ikke er divergerende socialgrupper imellem, da de organiserende elementer i hyggen synes tilsvarende på tværs af interviewpersonernes sociale tilhørsforhold. Bourdieus habitusbegreb træder frem flere steder, blandt andet i Tobias, Jans og Pernilles tilgang til hygge. Tobias og Jan fortæller, hvordan de er opvokset i en traditionel kernefamilie, hvor fredag og lørdag aften foregik med hyggelig afslapning foran fjernsynet. Deres forståelse af hygge tager afsæt i disse indlejrede oplever, hvor kernefamiliens samvær er centralt for begge. Pernille derimod er opvokset i en mindre harmonisk familie, hvor hygge ikke var en naturlig del af hverdagen, og hun finder i dag størst hygge i eget selskab.

Den konsekvente forståelse af hyggens udfoldelse er som nævnt primært udtryk for, at interviewpersonerne gennem barndom og opvækst er socialiserede til at forstå de praksisser, der er konstituerende for hygge. Det indebærer, at interviewpersonerne i trit med Schatzkis (1996) første betingelse i praksisforståelsen, har evnen til at lære, udvikle og mestre en praksis. Hygge er situationsbestemt og foregår inden for en afgrænset tidsmæssig periode. Vi sætter tid af til hygge og planlægger ofte, hvornår den skal finde sted, og hvordan den skal udspilles. Praksis bliver derfor en koordinerende enhed med en sammenhæng mellem det at sige og gøre, hvilket harmonerer med Schatzkis anden forudsætning for praksis. Afslutningsvis påpeger Schatzki det kontinuerende aspekt af praksis, hvilket vil sige de måder, vi gang på gang bevidst og ubevidst etablerer hyggelige situationer på. Kontinuitetselementet fremgår gennem hele fokusgruppeinterviewet, da der jævnligt refereres til praksis i form af udsagn, 'vi plejer', 'jeg gør altid', 'jeg elsker at' osv., der understreger den gentagne handling, som finder sted.

Den første del af den empiriske analyse, hvor hyggebegrebet blev gransket, har skabt fundamentet for den kommende analyse i kapitel 12, som går et skridt videre og ser på de fødevarepraksisser, som udspiller sig ved hyggelige lejligheder.

Kapitel 12

Resultater af en kvalitativ undersøgelse af hygge: Fødevarepraksisser i hyggelige situationer

Den anden del af den empiriske analyse af fokusgruppeinterviewet præsenteres i dette kapitel, og koncentrerer sig om de fødevareoverbevisninger og praksisser, som finder sted ved hyggelige lejligheder. Kapitlet er struktureret efter empiriske kategorier, som er fremkommet gennem en analyse af interviewpersonernes fortællinger, opfattelser og holdninger. I analysen belyses nogle af de betydningsmønstre og rationaler, der ligger til grund for de fødevarepraksisser, som er konstituerende for hyggen.

Praksis eksisterer som en fælles meningsfyldt forståelse af, at sådan gør vi i denne situation og inkorporerer dermed en kompleks blanding af forståelse, følelser og handlinger, som en situation frembringer. Den sociale formning af praksis har to vinkler (Allen, 2002). Den første er den kroniske socialisering af forståelse, følelser og handling, der via individets habitus placerer individet inden for et fællesskab af individer med lignende sociale konditioner. Den anden vinkel er de eksterne sociale faktorers påvirkning af praksis, hvor der henvises til blandt andet familie, venner, kolleger, institutioner og massemedier, der alle influerer praksis ved udfoldelse (ibid.). Disse to vinkler af praksis vil blive synlige gennem analysen.

I dette kapitel er omdrejningspunktet forbrugspraksisser i relation til fødevarer, hvor Bourdieus praksisteori og sociohistoriske forståelse af praksis vil blive anvendt. Kapitlet starter med en konkretisering af fødevarernes tilknytning til hyggefænomenet, hvor fødevarernes funktion anskueliggøres i forhold til de fem elementer, som der blev præsenteret i det foregående kapitel 11. Efterfølgende redegøres for det sociale aspekt af fødevareforbruget og den rigtige etikette[38] for passende og upassende adfærd, som manifesteres i forskellige praksisser interviewpersonerne imellem. Hvad der opfattes som den rigtige etikette belyses, samtidig med der fokuseres på alkohol og usunde fødevarer i hyggesituationer. Afslutningsvis diskuteres sundhedsaspektet af hyggen, og hvorvidt for megen hygge er en barriere for det sunde liv. Kapitlets væsentligste punkter opsummeres og diskuteres til sidst.

Fødevarer og hyggefænomenet

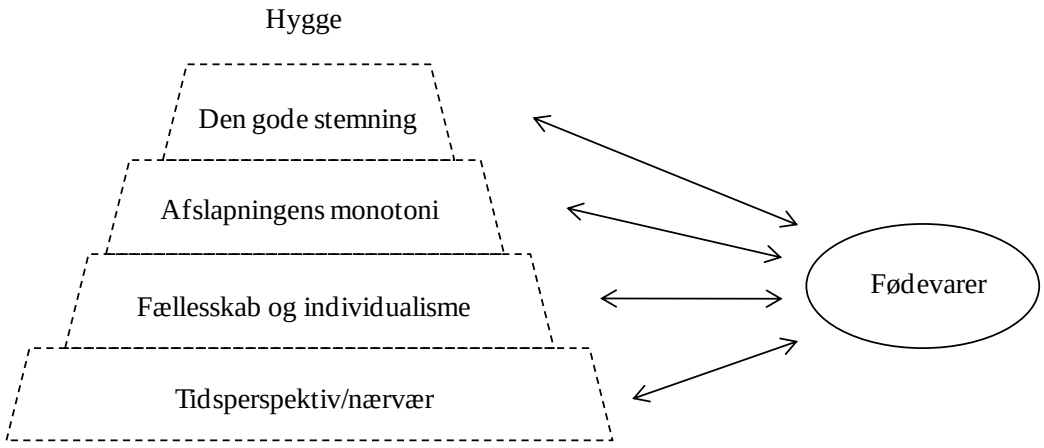
Det er ingen tvivl om, at hyggefænomenet er tæt forbundet med en eller anden form for indtagelse af mad og drikke, hvilket et hurtigt kig på kollagerne bekræfter. Fem ud af de seks kollager, som fokusgruppedeltagerne har lavet, har flere forskellige typer mad og drikke påklistret, og gennem fokusgruppeinterviewet nævnes fødevarer kontinuerligt, som en naturlig del af hyggen. Den tætte forbindelse mellem hygge, mad og drikke ligger dybt forankret i den danske kultur. Siges der til et barn: 'I aften skal vi hygge', så kan man være sikker på, at det barn har en opfattelse af, at der skal indtages et eller andet, og givetvis også hvad der skal indtages. Et godt eksempel herpå er fødevaremagasinet, Foodculture, der afslutningsvis i magasinet har indslag fra diskussioner i deres børnepanel, hvor blandt andet hygge er blevet diskuteret i forbindelse med et emneområde som slankekur (Landbrugsraadet, 2008).
Deltagere i børnepanelet er blandt andre Ida (4 år) og Sarah (8 år).

Ida: "*Nogle gange må man godt spise slik. Når man skal hygge sig.*"
Sarah: "*Men så tror jeg ikke, at man er på slankekur mere.*"
Ida: "*Nej, man kan ikke hygge sig, når man er på slankekur.*"

[38] Etikette kan sidestilles med normbegrebet og relaterer sig til, hvordan en dannet optræden er i selskabslivet (takt og tone) (Becker-Christensen, 2006).

Allerede fra barns ben fastlægges og udvikles de fødevarepræferencer og praksisser, som gør sig gældende i forskellige hyggesituationer (Bourdieu, 1984; Lupton, 1996). Gennem livet påvirkes individets præferencer af omgivelserne. Selvom valg og fravalg kan virke frie og uafhængige, så er disse valg, samt den måde individet tænker, føler og agerer i hverdagen, et resultat af en legemliggjort præference. En præference som skabes og udtrykkes i form af viden, færdigheder og dispositioner, som differentierer individer og socialgrupper imellem (Bourdieu, 1990, 1984; Holt, 1997).

Fødevarer har tæt forbindelse til hygge, og det ligger implicit i den sociale forståelse af hygge, at indtag af mad og drikke er en naturlig aktivitet ved hyggelige sammenkomster. I relation til de fem elementer/temaer, som blev præsenteret i det foregående kapitel 11, så udgør den sociale spisning en af de væsentligste aktiviteter i den fællesskabsorienterede hygge. Men som illustreret i figur 12.1, så er fødevarer ikke kun konstituerende for fællesskabet men har også betydning for de andre temaer.



Figur 12.1 Fødevarers placering i hyggefænomenet

Ud fra en social betragtning fungerer fødevarer som limen, der binder mennesker sammen, hvilket også gør sig gældende i hyggelige situationer. Men fødevarer skaber også nærvær og gør tiden, hvor der spises omkring middagsbordet, til en kvalitativ anderledes tid end for eksempel tiden foran

computeren, på cyklen eller når der handles ind. Nærværet skabes i fællesskabet, hvor maden gør os i stand til at mærke os selv og skaber fokus omkring netop denne aktivitet. I hyggeligt samvær sættes der tid af til middagen, og social spisning som aktivitet rummer den afslapning og tryghed, som kræves, førend en situation kan karakteriseres som hyggelig. Derfor har fødevarer også indflydelse på afslapningsmomentet i hyggens konstituering, da det er omkring bordet, vi samles, og slapper af i hinandens selskab – ofte efter en lang og hektisk dag. Flere nydelsesrige fødevarer som eksempelvis alkohol bidrager til en god, opløftet og hæmningsløs stemning i sociale sammenhænge, men også nye og spændende fødevarer og madretter kan bidrage til en god oplevelse, som har positiv indvirkning på den gode stemning. Fødevarer bidrager derfor på flere forskellige måder til konstitueringen af hyggen, selvom hygge ikke er betinget af fødevarers tilstedeværelse.

Fødevarer er ikke en nødvendighed for etableringen af hygge, men i mange situationer indtager maden en vigtig rolle i hyggen, og det medfører, at der er store sociale forventninger til, at de fødevarer der indkøbes, tilberedes og serveres bidrager positivt til hyggen. Når der er mad og drikke impliceret i hyggen, indtager fødevarerne en vigtig position på højde med de fem gennemgået temaer. Der er bestemte krav til og opfattelser af de fødevarer og fødevarepraksisser, som findes acceptable i hyggelige situationer, og det vil blive tydeligt, som analyseresultaterne i dette kapitel præsenteres.

Fødevarernes rolle ved hyggelige sammenkomster

Kim: ”*Hygge har jo tit, i hvert fald i de kredse som jeg kommer i, en tæt forbindelse til mad. Vi skal samles om et eller andet, og når jeg samles med blandt andet min familie til middage eller frokoster, så har jeg et utal af gange hørt klassikeren, ”Hvad har vi dog gjort, siden vi skal have så god mad”. Og der sidder vi ved et bord, som bugner af mad. Så er det det, der binder os sammen. Der bliver måske ikke sagt så meget, der bliver bare guffet. Maden tror jeg har meget at sige. Det samler i hvert fald folk rigtig meget.* ”

Som i mange andre kulturer er maden samlingspunktet for mennesker. Det er om maden, vi sætter os og deler glæder og sorger. Sjældent mødes mennesker, uden det indbefatter en eller anden form for spisning og drikke sammen. Vi mødes til brunch, frokost, kaffe og kage, middag, drinks, snacks og med det udgangspunkt etableres et socialt kontaktpunkt, og derved kan hyggen opstå. Kollagerne afslører mad og drikkes vigtighed ved hyggelige lejligheder, da næsten samtlige kollager indeholder billeder af øl, vin, champagne, kaffe, hjemmebagte kager, bagte æbler, friske råvarer osv. Især de flydende fødevarer er repræsenteret i stort udvalg, som Mariannes kollage er et glimrende eksempel på.

Figur 12.2 Mariannes kollage

Marianne og hendes mand går op i mad og bruger meget tid sammen i køkkenet. I modsætning til for eksempel Pernilles kollage, som er meget individuel orienteret, så er Marianne fokuseret på fællesskabet, hvor maden udgør en central del i at fastholde de sociale relationer. Det er vigtigt, der bruges tid på maden, og fødevarernes værdi og egnethed vurderes nøje til den sociale relation, som

de indgår i. For Marianne er det vigtigt, at fødevarerne signalerer den betydning, hun tillægger sammenkomsten og den sociale relation. Fællesskabet og hyggen etableres om middagen, og Mariannes primære associationer til hygge tager afsæt i situationer, der involverer mad og drikke i en eller anden udstrækning.

> Marianne: ”*Jeg har en brændeovn, stearinlysene og så har jeg også badekaret med. Så har jeg noget med at lave nogle ting sammen, som at bage og være sammen i køkkenet. Og lave mad og sylte sammen er også ret hyggeligt. Frugter. Øl har også noget med hygge at gøre. Og vi kan godt lide specielle øl. Så når vi tager til Irland, så er det for at smage på deres gode øl. For slet ikke at snakke om Tjekkiet – der er også gode øl. Så er der en vinkælder. Og det er lidt hyggeligt, for der er dækket op til gæster. Og vin i baggrunden. Så er det hyggeligt med halloween lyshoveder. Det er rigtig skægt at lave sammen, især hvis der er børn med, og stå og grave alt det der ud. Det er meget sjovt […]. Marcipan er også noget, hvor man laver nogle ting sammen. Det er også hyggeligt. Det er sådan en julehyggeting. Enten er det noget med jul, eller også laver man kransekage. Og når man laver kransekage, er det altid, fordi der skal være en eller anden fest eller komsammen.*”

Mad og hygge forenes på flere forskellige måder i fællesskabet. Marianne nævner en fælles aktivitet som at bage og sylte sammen, og det hyggelige aspekt ved at gå og lave mad og forberede aftenens middag sammen. At være fælles om tilberedning af måltidet, eller blot hver især medbringe lidt små retter til det samlede måltid, anses også for hyggeligt. Det gennemgående træk er, at ‘dit og mit’ ophører, da fællesskabet prioriteres over de individuelle behov. Mad og drikke deles ligeligt, og valg træffes på baggrund af de fælles normer, på bekostning af individets selviske ønsker og behov (Engstrøm og Larsen, 1987).

> Pernille: ”*At gå og lave mad. Hvis jeg skal stå og lave mad alene, så synes jeg ikke, at det er hyggeligt. Jeg synes, det er hyggeligt, hvis man gør det sammen. Det er rigtig hyggeligt, og så pjatter og griner lidt.”*

Marianne: ”*Ja, deler glæderne. Jeg synes også mange gange, at det er en god ide, at man tager noget med hver især, så det ikke er en person, som har lavet det hele og er dødtræt. Det er som om, at man er lidt mere fælles om måltidet, når alle har et eller andet at bidrage med. Det er med til at skabe en anden stemning – en anden samhørighed. ”Nu skal vi prøve det, som de har lavet. Og de har lavet dem der. Nej, hvor lækkert”. Det synes jeg skaber lidt mere fællesskab og uformel stemning, i stedet for det hele hviler på én person.*”

Fællesskabsfølelsen om maden er central, og gennem dialogen i fokusgruppen tydeliggøres, hvordan interviewpersonerne på forskellig vis tilpasser sig den sociale relation, de indgår i. Når der laves mad til andre mennesker, er der enighed i gruppen om, at maden tilpasses gæsterne. Hvis gæsterne foretrækker rødvin, så serveres en god rødvin. Kan de lide champagne, så serverer Karina gerne champagne hele aftenen, for som hun siger: ”*Jeg synes netop også det er lidt sjovt at ramme deres smag, i stedet for hele tiden af gå efter sin egen smag.*”. Der tages ikke udelukkende udgangspunkt i egne præferencer, men derimod gruppens præferencer. Jan nævner, hvordan han naturligvis ikke serverer fisk, hvis han ved, at gæsterne ikke spiser fisk, ligesom han glædeligt køber en dyr kvalitetsnutella til den fælles morgenmad på arbejdet, da han ved det falder i kollegernes smag. Til trods for det ikke er noget, han selv spiser. Gruppens behov og ønsker bliver vigtigere end egne præferencer, og individer tilpasser sig de sociale praksisser, der er acceptable inden for den givne gruppe.

Den rigtige etikette

Alle aspekter af den måde vi omgås mad på, fra valg og indkøb, tilberedning, servering, spisning osv. er en form for selvrepræsentation, hvorigennem vi udtrykker vores livsstil. Og netop måltidet, vi serverer for andre, når vi for eksempel mødes ved særlige begivenheder eller over en hyggelig middag, er en god indikator for det image, vi ønsker at give andre af os selv, og i opposition hertil, det image vi ønsker at undgå. Bourdieu (1984) bruger ordet ‘etikette’ om den passende og korrekte adfærd og understeger i denne henseende, at klasseskellene navnlig bliver tydelige, når det gælder sammensætningen af måltidet, og den måde det serveres på. Blandt arbejderklassen og den nedre middelklasse er der en klar tendens til at måltidet, der serveres, er solidt og i rigelige mængder, hvor

kvantitet prioriteres over kvalitet. Overklassen derimod foretrækker kvalitet i små lette anretninger og gerne af eksotisk karakter.

Flere gange nævner Marianne, Jan og Karina den gode middag, hvor der gøres lidt ekstra ud af indkøb, tilberedning, anretning og servering af mad. Den gode middag repræsenterer en af de aktiviteter i fællesskabet, der skaber gode mulighedsbetingelser for at hygge kan opstå. Jan beskriver blandt andet en weekend, hvor han har været hos slagteren eller fiskehandleren og købt lækre råvarer, som han bruger timer i køkkenet på at tilberede. Når der inviteres gæster, gøres der ekstra ud af situationen, hvilket skaber en sondring mellem hverdagssituationer og særlige lejligheder. Udledt af Mariannes ovenstående citat, så bruger hun også mange timer i køkkenet, inden gæsterne kommer. Der dækkes fint op og bruges meget energi, som medfører at hun er 'dødtræt' (Mariannes eget ordvalg), inden gæsterne er kommet. Der ligger et pres på den person, som har ansvaret for middagen, da middagen har stor betydning for sammenkomsten. Det bekræfter madens vigtige rolle, når mennesker mødes til hygge. Samtidig bekræfter det, at der eksisterer bestemte forventninger til, hvordan den gode middag tager sig ud. Forventninger, som helst skal indfries, for at hyggen har de bedste vilkår. Dette bunder i de konventioner og den etikette, som er afgørende for, hvordan individer agerer i sociale relationer.

Ifølge Bourdieu (1984) er etiketten mere markant og allestedsnærværende blandt de dominerende klasser, der i højere grad prioriterer form over funktion, med fokus på den sociale iscenesættelse, hvorigennem livsstilen og den gode smag kommer til udtryk. Etiketten for korrekt og passende adfærd strækker sig fra de fødevarer, der bliver serveret, til hvordan bordet dækkes, hvad der tales om, og opførelsen under middagen. Blandt de dominerende klasser er det kutyme at mødes til middag, hvor underholdning af gæsterne prioriteres over maden. De lavere klasser foretrækker at mødes til kaffeslabberas, men når der inviteres til middag, er mad i rigelige mængder vigtigere end samtalen og stemningen ved bordet (ibid.).

Vores adfærd reguleres af adskillige uskrevne regler og praksisser. Den mad, der serveres i hyggelige situationer, er underlagt bestemte uskrevne regler og praksisser, der markerer en bestemt social position, og derigennem en indikation af en gruppemæssig inklusion (og eksklusion) (Douglas og Nicod, 1974). Maden transformeres til at passe ind i forskellige sociale situationer via tilberedning, servering og de fysiske omgivelser. Alt dette er en naturlig del af en socialisering, hvor

det acceptable og passende er socialt og kulturelt forankret (Ochs og Shohet, 2006). Blandt disse passende praksisser påpeger Jan som en naturlighed, at alle er så velopdragne, at maden, der serveres, ikke omtales negativt, hvilket Marianne støtter op om. Det er et godt eksempel på, hvordan den rigtige etikette er indlejret hos Jan og Marianne. Den kroniske formning og kontinuerlige påvirkning af vores adfærd og livsstil etableres allerede fra barnsben, hvor vi socialiseres til at være passende medlemmer af fællesskabet ved at lære, hvad der er acceptabelt og uacceptabelt at sige og gøre (ibid.). Den gode etikette foreskriver, blandt nogle grupper, at man spiser, hvad der serveres, og det er ikke velanset at kritisere maden, da det kan spolere hyggen. Det skal helst være positive taleemner, der bringes op om mad, hvorfor det heller ikke er passende, at der tales for meget om mad, man eventuelt ikke kan tåle eller lide.

Jan: ”*Der kan måske være en, som ikke kan lide fisk. Så lader vi være med at lave fisk til dem, for jeg gider ikke se på nogle, som sidder og stikker i maden. Det synes jeg er irriterende, det kan virkelig pisse mig af, og så er hyggen væk for mit vedkommende.*”

Især Karina, Marianne og Jan diskuterer i fokusgruppen de sociale praksisser for god opførelse i sociale sammenhænge. Ved at sætte sig omkring bordet til en hyggelig middag, bliver man en del af fællesskabet og er underlagt de bordregler, som eksisterer i fællesskabet. Arbejderklassen er kendetegnet ved at have en meget fri og let tilgang til måltidet i modsætning til de dominerende klasser, hvor formen er vigtig. Ifølge Bourdieu (1984) kommer de praksisser, som er underlagt den rigtige etikette eller form, til udtryk i alle aspekter af måltidet inklusiv forventningerne, måden der serveres på, de pauser der holdes under måltidet, portionsstørrelserne, at vente med at spise til alle har sat sig osv. Formen og formaliteterne skaber strukturen, der kan henføres til en given klasse.

Forskellen mellem socialklasserne findes også i prioriteringen af kvantitet og kvalitet, hvor de dominerende klasser foretrækker lidt og godt på bekostning af mængde. Gode råvarer koster ekstra, og det prioriterer både Marianne og Jan, som begge går meget op i madlavning, og hvad de spiser. For Mariannes vedkommende er det både ud fra et krop- og sundhedsperspektiv men også med fokus på samvær og nydelse, hvor Jan især finder stor nydelse i at lave og servere lækker mad, der giver en god oplevelse. Begge bruger mange ressourcer i form af tid og økonomi på indkøb, tilberedning og servering af den gode middag. Det er vigtigt for hyggen, og i forlængelse heraf

foreskriver formen og etiketten også, hvordan den veltilberedte mad helst skal modtages og nydes. Jan og Marianne kommer begge ind på situationer med vennepar, hvor den gode etikette brydes, og det har konsekvenser for hyggen.

Marianne: ”*Vi har nogle venner. Når hun kommer, så er det altid forkert. Det er sådan set lige meget, hvad vi serverer, for hun kan ikke lide andres mad. Tror jeg. Og det gør jo, at vi nok ikke inviterer dem så tit […]. Det er næsten som en rutine, at vi skal have de samme historier, ” Jeg blev altså så syg af de der rejer, og fisk kan jeg ikke tåle”. Det er lidt trættende. Nogle gange kan jeg godt slå det hen, men jeg bliver en lille smule træt af det.*”

Jan: ”*Der har man stået og lavet den lækreste culottesteg, virkelig gjort sig umage og købt den hos en slagter. Og så sidder vedkommende der og piller i nogle bønner. Så synes jeg også, det er øv. Så bliver det ikke helt ligeså hyggeligt.*”

I fællesskabsfølelsen eksisterer der implicit en forståelse af, at alle omkring bordet spiser, hvad der serveres, om man kan lide det eller ej. Det kræver helt særlige forudsætninger at bryde denne praksis. En sådan adfærd kan blandt andet legitimeres ved, at der gives besked på forhånd, men det kræver fortsat en god forklaring. I fokusgruppen er der ikke helt enighed om, hvilke legitimerende årsager der kan godkendes, når inviterede fravælger at spise den serverede mad. I modsætning til Marianne og Jan, så er Pernille og Kim lidt mere nonchalant, og de anser det blot for underholdende. De tager det ikke så højtideligt, hvis den serverede mad ikke spises. Etiketten er langt mindre udtalt blandt de mindre ressourcestærke socialgrupper. Diskussionen går blandt andet på, hvorvidt hyggen og fællesskabet tilsidesættes for kræsenhed, og hvis en person har egen mad med. Der er enighed om, at sygdom og allergier kan retfærdiggøre, at man ikke på samme betingelser, som resten af selskabet, tager del i måltidet.

Jan: ”*Jeg oplever, at det er en situation, hvor fællesskabsfølelsen ryger. For eksempel ligesom med den person, der ikke kan lide fisk og så sidder og stikker lidt i det. Hvis man har sin egen mad med, fordi man*

ikke så godt kan lide, hvad der bliver serveret, så er det ikke så hyggeligt. Hvis man derimod har sin egen mad med, fordi man lider af en eller anden sygdom, så man er nødt til at have sin egen mad med, så vil jeg acceptere det, og så synes jeg ikke nødvendigvis det ødelægger hyggen. Men hvis det er en speciel person, på grænsen til det kræsne, så synes jeg ikke, at det er så hyggeligt."

Tobias: "*Hvis de derimod sagde, at de tog sin egen ret med, fordi de lider af 16 forskellige ting, så er den jo ikke længere end det.*"

En af årsagerne til, at det kræver særlige forudsætninger at melde sig ud af den fælles spisning, er netop at fællesskabet og de fælles normer tilsidesættes for selviske behov. Sygdomme og allergier godtages som legitimerende årsager, da der ofte har været en ekspert indblandet i form af en læge, som har 'godkendt' sygdommen/allergien, og individets handling derfor ikke udspringer af eget ønske – i modsætning til kræsenhed.

Etiketten er tydeligvis mere markant for Marianne, Jan og Karina end for Pernille og Kim. Den strenge etikette gør, at hygge har vanskeligere betingelser, og derfor skabes hygge nemmere i de lavere sociale klasser, hvor der ikke eksisterer samme strikte krav og forventninger til adfærden ved selskabelige lejligheder.

Hyggemad og hverdagsmad

Maden er ofte omdrejningspunktet for sammenkomsten, fællesskabet og hyggen. Dialogen i fokusgruppen koncentrerer sig meget om, hvordan mennesker samles for at spise og drikke, som en hyggelig fælles aktivitet. Mad er konstituerende for fællesskabet, men det er ikke al mad, som hører hjemme ved hyggelige lejligheder. Specifikke fødevarer, nydelse og den gode smag bringes ikke op i fokusgruppen som et diskussionspunkt, men fremkommer løbende og implicit i dialogen. Blandt andet diskuteres madens rolle og funktion på en kedelig hverdag, kontra en hyggelig aften med venner og familie. Fra et ernæringsmæssigt synspunkt skal mad og drikke give næring til krop og celler. Men mad skal også give oplevelser, nydelse, skabe relationer og vise hvem vi er.

Jan: ”*Når maden ikke bare skal mætte. Når maden skal mere end at mætte. Så kan det som regel godt blive rigtig hyggeligt. Hvis vi bare skal spise aftensmad, fordi vi nu engang skal spise aftensmad, og maverne er sultne, og så vasker vi op bagefter. Det er jo den daglige trummerum.*”

Hygge eksisterer netop som en pendant til hverdagens trummerum. Maden i hverdagen skal ofte blot dække at basalt fysiologiske behov for sult, hvorimod maden i hyggesituationer i højere grad inkluderer nydelse og oplevelser. I transformationen fra en almindelig situation til en hyggelig situation, indgår samspillet mellem de delelementer, som blev præsenteret i foregående kapitel, men dertil indgår også udvalgte fødevarer, som hører sig hyggen til. De fødevarer, der knytter an til hyggelige situationer, nævnes løbende gennem fokusgruppeinterviewet og er blandt andet culottesteg, fisk, rejer, tapas-retter, grønsagsstænger, nødder, rosiner, bagte æbler, chokolade, popkorn, slik, chips, vin, øl, champagne, cognac, cola, sodavand, kaffe, varm kakao, kransekage, marcipan. Marianne pointerer, at marcipan og kransekage altid er hyggeligt, for det laves kun, hvis der skal være en eller anden fest eller hyggelig komsammen.

Smag, som systematisk indikator for individets livsstil og klassetilhør, giver sig også til udtryk i forhold til klassernes præferencer for specifikke fødevarer (Bourdieu, 1984). Den æstetiske luksuøse smag, som overklassen besidder, står i modsætning til nødvendighedens smag eller den barbariske smag, som kendetegner arbejderklassen, der glædeligt indtager mad uden begrænsning eller tilbageholdenhed (ibid.). I Bourdieus studier er der en klar tendens til, at overklassen tager afstand fra at fylde sig og spise uden begrænsning. Mange individer fra overklassen mener, at der generelt spises for meget, hvilket står i kontrast til de laverestående klasser, der ikke anser konsumering af større mængder mad og drikke, som noget nævneværdigt anliggende. En nærmere undersøgelse af den mad og drikke, der indtages, viser også, at der er stor forskel på de fødevarer, som klasserne indtager (ibid.).

Med udgangspunkt i individers ressourcebesiddelse (jf. Bourdieus kulturel, økonomisk og social kapital) laver Bourdieu forskellige klassemæssige inddelinger af samfundet, ud fra hvilke forskellige forbrugsaspekter vurderes. I relation til fødevareforbrug kan de store linjer trækkes mellem de dominerende klasser og arbejderklassen. De dominerende klasser bruger generelt en

mindre andel af budgettet på fødevarer (lidt men godt og kvalitet over kvantitet) til fordel for repræsentationsartikler, som for eksempel tøj, sko, makeup, frisør samt kulturelle ting og oplevelser som bøger, aviser, magasiner, sport, koncerter og anden underholdning. Overklassen spiser let, delikat og væsentlig sundere fødevarer, som grillet fisk og bøf, frugt, grønt, ost og andre mælkeprodukter, i modsætning til de laverestående klasser, hvor især den fede, salte og bastante mad indtages blandt arbejderklassen, der glædeligt fråser i fødevarer som pasta, kartofler, brød, bacon og andre billigere udskæringer fra gris og okse (ibid.).

Fødevarer har indlejrede bestemte betydninger, der fungerer som symbolske værdier, og gør det muligt for individer, at kategorisere fødevarer i forhold til konteksten og den sociale relation. Betydning skabes kun i relationerne mellem fødevarerne, i deres relative forhold, hvorfor det også er muligt at finde eksempler på klassisk hverdagsmad og hyggemad. Individer tager produkter til sig og gør dem til private markeringer, der kommunikeres i en social kontekst, hvor individer med samme sociale tilhørsforhold forstår betydningerne (Douglas og Isherwood, 1979; Bourdieu, 1984). Værdierne, som fødevarerne tillægges, refererer til den betydning og værdi, der er aftalt af fællesskabet, hvilket gør individet til genstand for bedømmelse, men også i stand til selv at vurdere og bedømme. Den egenskab gør inklusion og eksklusion mulig, så individer, gennem servering af udvalgte fødevarer, signalerer tilhørsforhold til en gruppe og afstandtagen fra andre grupper (Bourdieu, 1984).

Der kræses mere for den mad, der indgår i hyggen, da nydelse og den gode smag er i centrum. Smag i relation til fødevarer har stærk tilknytning til den forestilling forskellige individer og klasser har til fødevarernes effekt på kroppen målt i egenskaber som styrke, skønhed og sundhed (Bourdieu, 1984). For arbejderklassen er det vigtigt, at kroppen er stærk og funktionsdygtig, især den maskuline krop, og derfor skal måltidet være økonomisk og næringsgivende. En måde at styrke kroppen på er blandt andet ved sport som bodybuilding, der er mest udbredt blandt arbejderklassen. Overklassen derimod dyrker sportsgrene som tennis, svømning og gymnastik, der giver smidighed frem for styrke. Den sunde krop opnås gennem sund, light og fedtfattig kost. For arbejderklassen er grønsager, fisk og rejer for kvinder, da det ikke anses for passende mad at servere for mænd, hvilket står i kontrast til overklassens sunde præferencer og higen efter den staturmæssige slanke og velskabte krop (ibid.).

Det karakteristiske ved den mad, som nævnes gennem fokusgruppeinterviewet er, at der eksisterer en social forståelse for, at netop visse fødevarer findes passende at servere og spise ved hyggelige sammenkomster. I modsætning til mad som frikadeller og grønkål, der nævnes i forbindelse med trivielle hverdagssituationer. Frikadeller er en hverdagsspise, men der diskuteres, hvorvidt andre situationelle egenskaber kan medvirke til at transformere et almindeligt hverdagsmåltid til et hyggeligt måltid.

Jan:	”*Men selv den der almindelige aftensmad kan jo godt være hyggeligt. Det kan være frikadellerne eller andet, men pludselig kan det gå hen og blive hyggeligt, hvis man netop har tiden.*”
Pernille:	”*Og der måske er nogen som dumper ind.*”
Jan:	”*Ja, og der kan stearinlysene jo være en god katalysator for det.*”
Pernille:	”*Uha ja.*”
Kim:	”*Absolut.*”

Denne dialog bekræfter tesen om den organiserende metafor, hvor hyggen som fænomen eksisterer som en forankring i forskellige delelementer. Som blandt andet at have tid til hyggen, stemningen der kan skabes ved hjælp af stearinlysene, og det sociale fællesskab der opstår, hvis nogen lige kommer forbi. Tilstedeværelsen og samspillet mellem disse delelementer er med til at transformere en hverdagssituation med hverdagsmad til en hyggesituation. Det er muligt i de tilfælde, hvor hyggen ikke er planlagt. Er hyggen derimod planlagt, så har maden fra start en anden rolle, og er underlagt større forventninger og en strengere etikette.

Alkoholens nødvendighed

Vi er en kultur, hvor alkohol udgør en naturlig del af sociale lejligheder, som socialt bindemiddel, der ligesom maden samler individer (Kjøller et al., 2007). Danskere drikker generelt for meget alkohol, og er det land i Skandinavien, hvor der klart indtages mest alkohol per indbygger (Kjøller et al., 2007; www.dst.dk). Selvom de seneste tal viser, at alkoholforbruget er faldet med 7% siden 1994, så har den danske alkoholkultur ændret sig markant de sidste 50 år (www.dst.dk). Tidligere var alkohol forbeholdt weekender og særlige lejligheder, men i dag er alkohol en naturlig del af

hverdagen. Forbruget af alkohol er størst blandt de øvre sociale grupper, hvor både mænd og kvinder drikker relativt mere end de lavere socialgrupper (ibid.).

Alkoholen indtager en vigtig rolle i hyggelige situationer, hvilket også kommer til udtryk på kollagerne, hvor vin, øl og champagne er repræsenteret på næsten samtlige kollager. At åbne en flaske vin, champagne eller øl, er en tilkendegivelse af, at vi har fri og skal slappe af og hygge os. Det markerer overgangen fra arbejde til fritid og sondringen mellem hverdagens trivialiteter og etableringen af det hyggelige forum. I fokusgruppeinterviewet gives der udtryk for, at det næsten er umuligt at ødelægge en hyggelig middag med dårlig mad, men en sur rødvin kan til gengæld nemt spolere en god middag, hvis den er helt udrikkelig. Jan siger i fokusgruppeinterviewet, at der ofte drikkes alt for meget, når han mødes med familie og venner, hvilket Marianne kan nikke genkendende til.

De seneste års stigende interesse for specielle øl har løftet ølkategorien fra at være et tørstslukkende, relativt billigt produkt, der ofte drikkes i sociale situationer, til i dag at spænde bredere i smag, pris og anvendelse. I modsætning til den almindelige pilsner, henvender den dyre ende af special-øllene sig mere til de eksperimenterende og oplevelsesorienterede forbrugere, der foretrækker kvalitet og god smag. Denne interesse har fanget både Jan, Marianne og Kim. Kim har i flere år brygget øl hjemme, hvilket han finder utrolig hyggeligt, da han ofte gør det med en kammerat. Han fremhæver især processen med at starte og slutte noget sammen, og se resultatet vokse undervejs.

> Kim: ”*Og så har der flere gange været en tanke med, at vi skulle brygge øl til et eller andet formål. Der har været et bryllup, som der skulle brygges øl til og vores egen skiferie, så de stod klar til at tage med, når vi skulle af sted. Det gør lidt ekstra. Selve det at gå sammen og lave noget sammen. Det er rigtig hyggeligt.*”

Fællesskabet og oplevelsesmomentet fremstår tydeligt i Kims fortælling om sin interesse for ølproduktion. Jan deler denne interesse for anderledes øl end den gængse pilsner.

Jan: ”*Nu snakkede du øl, Kim. Jeg synes også, at det er enormt fedt med alle de øl, som er kommet på markedet. Jeg køber stort set aldrig de almindelige pilsnerøl mere.*”

De nye øl er blevet en kilde til oplevelser, hvor individer derigennem kan styrke den sociale relation og fællesskabsfølelsen. At være sammen om en fælles interesse, som for eksempel øl og madlavning, skaber hygge. Marianne og hendes mand er også med på bølgen og anser denne fælles interesse for øl, som en mulighed for at få gode og hyggelige oplevelser sammen i udlandet.

Marianne: ”*Øl har jo også noget med hygge at gøre. Og så kan vi godt lide specielle øl. Så når vi nu tager til Irland, så er det for at smage lidt på deres gode øl. For slet ikke at snakke om Tjekkiet – de laver god øl.*”

Både mad og alkohol indgår som en naturlighed i sociale relationer og binder os sammen med en indforståethed af, hvordan praksis bør foregå. Gennem både mad og drikke iscenesætter vi os selv, bevidst og ubevidst, og kommunikerer til omverdenen, hvem vi er. Er vi interesseret i madlavning, så vil vi aldrig servere en billig købelasagne. Det samme gælder for øl, hvor ølentusiaster sjældent sætter billige pilsner på bordet. Jan og Kim er eksempler herpå, men de har alligevel en forskellig opfattelse af, hvordan udefrakommende skal inddrages i denne interesse. For Jan er oplevelsesmomentet i centrum, og han ynder at inddrage venner og familie i passionen for øl, velvidende at ikke alle besidder de nødvendige ressourcer/kapitaler til at forstå at værdsætte disse mere kostbare dråber. Jan er bevidst herom, men mener at gæsterne, uafhængig af om de kan lide øllen eller ej, er blevet en oplevelse rigere, og det er vigtigt for ham.

Jan: ”*Vi har da nogle venner, som siger, ”nej specialøl, det er der ingen grund til, for øl er øl”. De får alligevel de der 50 kr. flasker, og nogle gange siger de, ”Nej, denne her smager ikke godt, den smager alt for meget af et eller andet”. Jamen, så har de jo fået den oplevelse. Så har jeg også købt en almindelig øl, hvis det skulle gå helt galt.*”

Kim har ikke fokus på at give oplevelser, da han synes, det er spild af god øl at servere specialøl eller hjemmebryg for gæster, der ikke værdsætter smagen og efterfølgende giver udtryk for denne

smagsoplevelse. Hvis Kim ikke kan dele passionen og interessen for specielle øl med gæsterne, bliver der serveret almindelige pilsner.

Kim: ”*Hjemmebryg – dem serverer jeg kun for folk som ved, hvad det er og sætter pris på det. Men sådan en specialøl. Jeg vil gerne servere den, og jeg har da også gjort det nogle gange. Der er også nogle som siger, ”den er da udmærket” og fint nok. Men hvis den bare bliver drukket uden egentligt at blive smagt på, uden yderligere bemærkninger, for den skal bare drikkes, en øl er en øl. Så får de en Tuborg næste gang. Det har jeg bestemt også hjemme til dem, der er til det. Så vil jeg hellere stå og hygge med dem, der også sætter pris på smagen.*”

De samme tendenser gør sig gældende på vinområdet, hvor der også skelnes mellem servering af billige og dyre vine afhængig af, hvem de serveres for. Tobias og Karina bakker Kim op, mens Jan fortsat fastholder lysten til at give den gode oplevelse uafhængig af gæsterne.

Tobias: ”*Vi serverer da også rødvin, afhængig af om vi ved, at vedkommende kan lide og værdsætter en god vin frem for en billigere.*”

Karina: ”*Ja, dem der nærmest er ligeglade, serverer man jo ikke en super dyr rødvin for.*”

Kim: ”*Enig.*”

Jan: ”*Det kunne jeg nu godt finde på. Jeg vil gerne servere en god rødvin, ligesom med øl, og hvis vedkommende ikke lægger mærke til det, så er det ærgerligt, men det kunne jo også være, han bemærkede det. Tænk, hvis han pludselig fik den der ”hold da op”*”

Den sociale påvirkning

I fokusgruppeinterviewet deler vandene sig, når det gælder forbrug af alkohol og de relaterede forbrugspraksisser. Alle i gruppen er enige om, at alkohol fylder for meget i hyggen, og at der generelt drikkes for meget, når vi samles. Der gives udtryk for, at det ligefrem er på grænsen til,

hvad der er sundt. Men der er forskel på, hvor meget og ved hvilke lejligheder interviewpersonerne indtager alkohol, samt den forståelse de har af alkoholens betydning ved hyggelige sociale sammenkomster. For Karina, Marianne og Jan er rødvin en helt naturlig del af hverdagen – og ikke mindst hyggen, som næppe kan finde sted, uden der er alkohol på bordet. Tobias drikker af og til alkohol, men erkender at det oftest sker ved hyggelige lejligheder, hvor stemningen og humøret er til det.

Tobias: ”*Jeg kan godt drikke en god flaske vin en gang imellem, men så skal det være til maden, og det skal passe sammen. Så er stemningen og humøret der, og så passer pengene.*”

I den anden fløj er Kim og Pernille, som meget sjældent drikker alkohol og helt bevidst afholder sig fra det i hverdagen grundet alkoholens sløvende effekt.

Kim: ”*Det er normalt mig, som ikke drikker så meget alkohol. Hvis jeg gør det, er det fordi, der er en anledning til fest, eller det er weekend og vi skal til koncert eller andet. Jeg drikker aldrig alkohol i hverdagen. Og siger som regel også ”nej”, hvis jeg er ude og det bare er til en middag. Nu er jeg ikke den store vindrikker. Hvidvin kan jeg godt lide, men rødvin er kun ok. Jeg kan godt drikke et glas rødvin. Og det kan også være fint hyggeligt, men så siger jeg hellere nej og lader være med at drikke noget. Så drikker jeg vand eller sodavand. Det har egentlig ikke noget med sundhed at gøre, jeg synes bare ikke, at jeg kan lide den påvirkning, som bare to glas vin kan have på mig. Så er jeg allerede lidt sløv, og det gider jeg ikke. Så vil jeg hellere lade være.*”

Pernille: ”*Jeg drikker heller ikke i hverdagen. Det skal være noget specielt, og jeg har slet ikke lyst til det, hvis der er små børn med. Jeg ved ikke hvorfor, men jeg er ikke glad for den sammenblanding. Jeg tager da et glas vin til maden, fordi jeg godt kan lide et glas rødvin, men så er det som regel det. Det er sjældent, ekstremt sjældent. Men det er ikke*

noget, at jeg tænker over, at nu skal jeg ikke drikke. Jeg har bare ikke lyst til det, når jeg skal op og på arbejdet, for jeg bliver også sløv af det."

Som præciseret med maden, så eksisterer der også uskrevne regler, sociale praksisser og en korrekt etikette gældende for alkoholforbruget. Det er åbenlyst, at de sociale praksisser er forskellige fra Marianne, Karina og Jans sociale netværk til Kim og Pernilles. Kim og Pernille fortæller, at de er vant til at takke nej til alkohol, hvilket omgivelserne accepterer. Pernille og Kim oplever ikke en eksklusion fra fællesskabet og brud på hyggen, som der eksisterer, hvis man ikke deltager og spiser den samme mad som de andre. Eksklusionen oplever til dels Tobias, men især Marianne, Jan og Karina fra deres omgivelser, hvis de til en hyggelig middag vælger at takke nej til alkohol. Praksis indebærer, at alkohol drikkes på lige vilkår i selskabet, og kun få undtagelser accepteres. Sygdom eller bilkørsel er accepterede årsager til at drikke mindre eller ingen alkohol. I relation til Bourdieu (1984) knytter disse uskrevne regler sig an til de dominerende klasser, hvor formen, i forhold til hvad, hvordan, hvornår alkohol indtages, er meget mere udtalt, end tilfældet er for de dominerede klasser. For de dominerede klasser er funktion vigtigst, og heri er inkorporeret alkoholens virkning. Dette prioriteres frem for den rigtige etikette, som sættes og efterleves hos de dominerende klasser. At takke nej til alkohol ved hyggelige sammenkomster er et brud på etiketten og praksis, og det kan få sociale konsekvenser som Marianne, Jan og Karina udtrykker.

Marianne: "*Hvis du tager ud og forinden har besluttet dig for, at du kun vil drikke et glas hvidvin og et glas rødvin, så skal du i hvert fald ikke sige det inden. Du skal luske meget stille med, at det faktisk er det, som du har planlagt. Hvis de andre begynder at mærke det, så starter der et eller andet med "er der noget galt", "er det ikke godt nok" osv. Så den skal luskes."*

Jan: "*Ja, det er rigtigt.*"

Karina: "*Ja, sådanne begrænsninger må man have selv indvendig et eller andet sted. Det samme med for eksempel cognac, jeg drikker ikke cognac, men nogen gange siger jeg da ja alligevel. Hvis man siger "nej", har man allerede brudt den.*"

Marianne nævner blandt andet, at der ligger en form for pres på hende, hvis hun bevidst vælger ikke at drikke alkohol i en social sammenhæng. Det er en begrænsning. En begrænsning i at deltage i fællesskabet, og en sådan information skal videregives på den rigtige måde, så der ikke skabes for meget negativ opmærksomhed om praksis, som brydes og ligger en dæmper på hyggen. Ligesom situationer hvor der takkes nej til den mad, der serveres, grundet kræsenhed, så er fravalg af alkohol også tegn på, at egne behov prioriteres på bekostning af fællesskabet. Som første del af den kvalitative analyse viser, så søger individer konsensus og harmoni i hyggen, hvilket Karina forsøger at fastholde på særlig vis. Hun er konsensussøgende og vejrer situationen i forhold til, om et nej til alkohol vil have negativ indvirkning på hyggen.

Karina: ”*Hvis det betyder rigtig meget for den anden, så tager jeg en øl. Det er ikke sådan, at jeg drikker øllen, fordi jeg skal drikke den, men så kan jeg godt lade dem knappe en øl op til mig. Men om jeg drikker den? Nej, det gør jeg ikke.*”

Kim: ”*Hvordan fornemmer man, at det betyder meget for den anden, at man drikker den øl?*”

Karina: ”*Jeg tror nogle gange, at det er måden, folk spørger på. ”Åhh kom nu”, ”tag nu en”, så siger jeg, ”jamen så bare giv mig en”, og så bliver den bare plantet. Lidt ligesom med cognacen. Men lad være med at lave den for stor. […] jeg får den næsten stukket helt ned i halsen, og hvad skal jeg sige. Altså helt ærligt, det er bare cognac og øl, og man kan gøre ved det, hvad man vil. De føler alligevel, at nu har jeg givet noget, og det er de glade for. Hvor er det godt. Så slipper jeg for at gå ind i en debat eller diskussion om det.*”

Kim: ”*Sådan noget, det gider jeg slet ikke.*”

Pernille: ”*Jeg går ikke ind i nogen debat eller diskussion. Jeg oplever aldrig det der. Hvis jeg takker nej, så er det nej. Du gør det så for de andres skyld og ikke for din egen skyld.*”

Karina: ”*Det ved jeg da ikke, om jeg gør. Jeg får da fred. Det er da fifty fifty. Det er en winwin situation og det kan jeg godt lide, så det fokuserer*

jeg på […]. Det er lidt personafhængigt en gang imellem. Jeg lurer dem lidt af, og ser om det kan betale sig eller ej."

Denne adfærd tager Pernille og Kim meget afstand fra. Til Karinas fortælling siger Pernille forarget: "*Det kunne jeg aldrig drømme om. Det ligger godt nok mig fjernt.*". Karinas adfærd ligger Pernille og Kim meget fjernt, da de ikke oplever samme pres eller manglende accept ved at takke nej til alkohol. De mener ikke, at deres manglende indtag af alkohol har indvirkning på hyggen. En af årsagerne hertil kan tilskrives, at de i mange år har sagt nej, og derfor er familie og vennekreds vant til, at de ikke drikker så meget alkohol. Det er en forståelse, som har taget tid at acceptere. Selv efter mange år tilbydes Kim stadig vin og øl, trods de kender svaret. Han er stadig af og til nødsaget til at forklare sig, og som han siger: "*De kan godt rynke lidt på næsen, selvom jeg har kendt dem en del år.*". Denne reaktion oplever han stadig i den nære omgangskreds, men i mødet med nye mennesker ligger indforståetheden der ikke, og derfor er det ikke ligeså accepteret at takke nej.

Kim: "*Det er jo ens eget valg, og hvis folk har problemer med det, så er det et eller andet sted deres problem. Men jeg kan godt genkende den indforståethed, blandt dem man kender. Når man møder nye mennesker kan der godt være nogle, som ikke kan forstå, at jeg ikke vil have et glas vin. Jeg siger bare, at jeg ikke har lyst og ikke er den store vindrikker.*"

Pernille: "*Jeg er lidt sådan, at hvis folk ikke kan forstå det, er det altså ikke mit problem […]. Jeg kan da godt se, at hvis folk sidder med en øl eller noget andet på en påsketur, hvor der måske er indlagt nogle aktiviteter, så kan jeg da godt tænke en gang imellem, at det kunne være hyggeligt. Men det er ikke sådan, at jeg føler, at det er noget "must", og jeg føler mig udenfor på grund af det. Det føler jeg ikke.*"

Pernille negligerer fuldstændig, at der er eller kan være problemer med at takke nej til alkohol og genkender ikke flere af de situationer, som blandt andre Karina, Jan og Marianne kommer ind på. Hun står fasttømret ved sin beslutning, som der ikke afviges fra og oplever ikke en eksklusion fra hyggen, som Tobias nikker genkendende til, hvis han i perioder ikke drikker alkohol. Det er

åbenlyst meget individuelt, hvorvidt man føler sig uden for hyggen eller ej. Alkoholens rolle ved hyggelige lejligheder er så kulturelt forankret, at det tager tid for omgivelserne at acceptere, hvis praksis afviges. Og så synes de dog alligevel ikke altid at kunne acceptere det helt, da der stadig rynkes på næsten selv efter mange år. Om det billiges eller ej, så spiller alkoholen en central rolle i hyggen for langt størstedelen af den danske befolkning, og er måske en nødvendighed for den sociale hygge kan udspille sig. Det ligger implicit i gruppediskussionerne.

Jan: ”*Jeg har prøvet at tænke, at næste gang skal vi ikke bære ligeså mange tomme flasker ned. Når vi så sidder der, og vi spiser god mad, ”Er der ikke mere rødvin” og så henter vi lige en ny flaske. Det lykkedes os ikke. Og så næste gang: ”Nu har du fået købt ordentligt ind. Det er ikke sådan, at vi løber tør i aften?”, så forsvinder hyggen […]. Vi har nogle venner, som syntes, at der blev drukket rigtig meget op til jul og sådan set også gennem julen, så derfor havde de en regel om, at i januar måned, der rørte de ikke alkohol. Hverken rødvin, øl eller noget som helst. Og vi havde inviteret dem til middag, og så var der selvfølgelig rødvin, og så sad de og drak vand. Og vi sad her… og de sad der og drak vand.*”

Karina: ”*Det hedder ramadanen på vin.*”

Jan: ””*Det kan I kraftedme ikke være bekendt. Nu har vi stået og lavet mad til jer, og glædet os til I kom, og så bliver det sådan noget underligt noget”. Men det er også det manglende fællesskab om det, for hvis vi alle sammen havde drukket vand. Hvis der bare havde været lagt op til det fra starten. Det er vand og grønsager i dag. Så havde det måske været noget andet.*”

Jans fortælling om venneparret, der valgte at drikke vand, udlægges med bebrejdende stemme. Alt var klar til hygge, tiden sat af, stearinlysene tændt, lækker mad i ovnen, stemningen var god, gamle venner var samlet, og så ødelægges hyggen ved, at praksis brydes og disharmoni skabes. En del er den manglende fællesskabsfølelse og nærværet omkring måltidet, men også forventninger der ikke blev indfriet, idet Jan og hans hustru havde andre forventninger til den aften. For Jan, som går meget op i mad, består måltidet af sammensætningen af god tilberedt mad og dertilhørende god vin,

så ved at takke nej til vin degraderes måltidet, etiketten brydes og den gode stemning forringes. ”*[…] det bliver sådan noget underligt noget.*”, som han siger, hvorefter han laver sammenkoblingen mellem vand og grønsager, for at manifestere simpelheden og det mangelfulde, idet disse fødevarer ikke indgår i den sociale forståelse af, hvad der hører til en hyggelig situation.

Usunde fødevarer og hygge

Søde og fede fødevarer hører sig hyggen til. Det bekræftes af resultaterne fra afhandlingens kvantitative analyser, der viser, at søde sager, som slik, chips, kage og sodavand findes passende at spise ved hyggelige lejligheder med venner og familie. Flere af disse mindre ernæringsrigtige fødevarer nævnes også gennem fokusgruppeinterviewet, hvor fødevarer som chokolade, popkorn, slik, chips, sodavand, kransekage og marcipan med naturlighed knytter an til hyggefænomenet. Dette bakkes op af forskning, som viser, at individer har en tendens til at spise mere usundt, som blandt andet dessert, i velkendte sociale relationer, i modsætning til situationer, hvor nye og fremmede mennesker er samlet. Individer har et ønske om, at vise sig fra den bedste side i mødet med nye mennesker, og da ukontrolleret spisning af usund mad ikke er velanset, spises der ganske enkelt mindre og sundere (Clendenen et al., 1994; Salvy et al., 2007; Wansink, 2006).

Som tilfældet er med alkoholforbruget, så synes der også at være markant forskel på interviewpersonernes praksisser og opfattelser af usunde fødevarer i hyggesituationer. For de fleste individers vedkommende, er der i barndommen etableret en klar forbindelse mellem hygge og søde sager. Fredagsslikken kommer på bordet, og vi skal hygge os. Denne forståelse indlejres som en naturlighed i individers habitus, men påvirkes løbende gennem livet af eksterne faktorer, som venner, familie, kolleger og medier, og praksis produceres og reproduceres som resultat heraf. Det er blandt andet tilfældet for de personer i fokusgruppeinterviewet, som efter sundhedsforskrifterne har erstattet de traditionelle sukkerfyldte hyggeprodukter med mørk chokolade med højt kakaoindhold, samt tørret frugt og nødder. I modsætning til andre deltagere i gruppen, som ikke har taget disse sundere fødevarer til sig.

Kim: ”*Jeg synes, det er rigtigt, at der skal et eller andet på bordet, hvis det ikke er til mad, men bare kaffe. Det er de færreste, der bare sætter kaffe på bordet, men det er ved at vinde indpas, at man sætter noget*

andet på bordet, som et fad grønsager. Men hovedsageligt er det stadig chokolade, chips og kager, der er på bordet […]. Jeg synes, at jeg ser rigtig meget slik og chokolade."

Pernille: "*Ja, det er rigtigt. Jeg synes dog, folk er blevet gode til, så der er mindre slikmængder, og især når der er børn, så de ikke får alt det søde […]. Jeg er i hvert fald på afvænning. Jeg har haft det værre for bare nogle år tilbage.*"

Tobias: "*Jeg ser også de sukkerrige sager rigtig meget på bordet, men jeg spiser generelt ikke særlig meget af det. Der er bare altid rigtig meget slik og chips.*"

Pernille hygger sig med søde sager, men fremhæver ligesom Kim, at forbruget af usunde fødevarer er periodisk. I nogle perioder spises der mere chokolade og usundt mad end i andre. Pernille bakker dette argument op med, at det for kvinders vedkommende er hormonelt bestemt, hvorved hun prøver at tage afstand fra hendes hedonistiske forbrug ved at retfærdiggøre, at kroppen kræver disse madvarer.

Praksis etableres som en social forståelsesramme, hvorigennem mening skabes, og da vi påvirkes af de sociale omgivelser, er det ofte tilsvarende typer fødevarer, der serveres inden for de sociale kredse. Hvad der spises af søde og fede madvarer i det hyggelige samvær afhænger af den sociale omgangskreds.

Jan: "*Jeg synes egentlig ikke, der er så meget slik, men mere nødder og chokolade. Mørk chokolade. Det der helt mørke. Jeg ved ikke, om vi har nogle specielle venner eller hvad. Jeg synes egentlig ikke, der er ret meget slik. Det har der været, men jeg synes egentlig, at det er forsvundet. Hos os er det bare mørk chokolade, nødder og rosiner.*"

Karina: "*Hos mig er det også rosiner og nødder.*"

Marianne: "*Aldrig slik. Hos os er det kun mørk chokolade. Mørk chokolade og ikke andet.*"

Pernille: "*Jeg kan spise det hele - også rosiner og chokolade. Jeg spiser også mange nødder om aftenen, men jeg spiser også det andet.*"

Hedonistisk forbrug er ofte forbundet med en tilfredsstillelse af en her og nu lyst. Lysten til søde og fede madvarer, som ikke kan modstås og driver kroppen, uden hensyntagen til de fremtidige ekstra kilo, som sniger sig på, hvis denne lyst tilfredsstilles for tit. Bourdieu (1984) fremhæver, at når individer fokuserer på øjeblikkets nydelse og tilfredsstillelse, gøres det på bekostning af, hvad fremtiden må bringe. Individer, der lever i nuet, tager dagen, som den kommer og tager for sig af retterne uden hensyn til fremtidens konsekvenser. Disse individer vil generelt have mindre aspiration og forventninger til fremtiden end tilfældet er for individer, der er mere fremsynet og ikke hengiver sig til den usunde nydelse, så snart lysten melder sig (ibid.). De forskellige karaktertræk er over- eller underrepræsenteret blandt udvalgte klasser, hvor især de dominerende klasser er mådeholdige (med søde sager, ikke med alkohol) og mere fremtidsorienterede. Hvis vi med udgangspunkt i Bourdieus forståelse af det hedonistiske fødevareforbrug betragter interviewpersonerne og deres fremtidsforventninger, bliver det interessant. For kort at opfriske hver interviewpersons fremtidsforventning, så gives der følgende svar til spørgsmålet, 'Hvad tror du din fremtid bringer?'

Jan: "*Gode overraskelser og uforudsete oplevelser. En tur ned af "den sorte" i uge syv.*"

Kim: "*Det har jeg absolut ingen idé om. Jeg HÅBER på lykke, kærlighed og en masse oplevelser."*

Pernille: "*Ved det ikke, det må tiden vise.*"

Karina: "*Hovedsageligt gode ting med x antal forstyrrelser undervejs, som bidrager til en dybere positiv udvikling.*"

Tobias: "*Godt job, dejligt ægteskab, børn og et hus, gode venner.*"

Marianne: "*Masser af arbejde, og hvis jeg lever længe nok, forhåbentlig også fritid på fuldtid. Rejser, en mindre bolig, mange børnebørn, forhåbentlig højere aktiekurser, så der bliver noget at blive pensionist*

for. Så skal vi ud i verden og se mere kunst og til flere koncerter. Måske skal hele familien holde ferie sammen i et fedt hus i Umbrien, Italien. Hvis skatten bliver sat ned, bliver livet sjovere for mig."

Blandt interviewpersonerne har Pernille og Kim størst tendens til konsumering af hedonistiske fødevarer, både alene og i sociale sammenhænge. I relation til Bourdieus fremtidsbetragtninger, er Pernille og Kim også de to personer, som har gjort sig færrest overvejelser og forhåbninger om, hvad fremtiden bringer. I positioneringen af de seks interviewpersoner betragtes Pernille, Tobias og Kim som mindre ressourcestærke i modsætning til Marianne, Karina og Jan, der befinder sig i de øvre sociale lag. Især Marianne har masser af planer for fremtiden og har gjort sig en hel del overvejelser om forhold som økonomi, rejser og familien.

Arbejdspladsen

Den hjemlige arena er ikke det eneste sted, hvor mindre ernæringsrigtige fødevarer sættes på bordet. Resultaterne af den kvantitative analyse indikerer, at der primært spises usunde fødevarer i de nære relationer, som med venner og familie. Men arbejdspladsen er også et sted, hvor der dagligt er mange søde fristelser. Vi bruger en stor del af hverdagen på arbejdspladsen, og der etableres hygge i fora som fælles morgenmad, fødselsdage, fredagsbarer osv. Det er givetvis en anden form for hygge, som flere af interviewpersonerne nævner, men det er stadig de samme betingelser, som skal være til stede, førend hyggen kan etableres. Også på arbejdspladsen tager de søde sager med naturlighed del i hverdagens hyggelige stunder.

Tobias: "*Når jeg er sammen med mine kolleger, nu er jeg jo studerende og har fem jobs, så synes jeg nok, der kommer rigeligt med alt mulig slik og chips på bordet. Jeg synes ikke, at der kommer mere eller mindre, fordi det er mine kolleger. Det er meget det samme.*"

Fødevarepraksis i forbindelse med kollegialt hygge afhænger meget af den enkelte arbejdsplads, og de mennesker som arbejder der. Karina nævner blandt andet, at de skiftes til at købe ind til kontoret, så ansvaret påhviler den person, som står for indkøb. Nogle personer køber det sunde søde, som frugt og nødder, mens andre går direkte efter kager og chokolade. Marianne fortæller forarget om

sin arbejdsplads, hvor hun savner en 'slikpolitik', da de får store mængder af slik i gave fra samarbejdspartnere.

> Marianne: "*Jeg arbejder en del med konsulenter, og der kommer konsulenthusene og bombarderer os med slik. Det kan jeg så godt have lidt imod, fordi jeg synes, at det frister nogle, som ikke burde spise så meget. Men det skal man ikke sige, det bliver man ikke populær på […]. Jeg synes godt, man kunne begrænse det, for man frister altså nogle, som i forvejen er rimelig overvægtige, til at spise det. Og det er ikke sundt. Deres blodsukker kører op og ned i løbet af dagen. Jeg synes måske, at firmaet burde have en politik og takke nej, når det kommer i de mængder. Det er store kasser, og det er ikke papkasser. Det er læs nogle gange, hvor det bliver sat op i kilovis. Det synes jeg er for meget.*"

Marianne tager skarp afstand fra det overforbrug af slik og chokolade, som finder sted på hendes arbejde. Hun går meget op i at leve sundt og har i dagligdagen stor fokus på at få en sund og ernæringsrigtig kort. Hvad man spiser er individets eget ansvar, hvilket Marianne godt er klar over, da hun henviser til, at hun bliver upopulær, hvis hun blander sig i, hvad andre spiser. Hun tager afstand fra de mennesker, som ukontrolleret spiser af de søde sager, som stilles frem, uden hensyn til de fremtidige ekstra kilo, som kommer på sidebenene. "*[…] det frister nogle, som ikke burde spise så meget.*" siger Marianne, "*[…] nogle som i forvejen er rimelig overvægtige […]*.". For at understrege sin position i forhold til disse mennesker, der ikke har kontrol over deres krop, bruger hun et ordvalg som 'bombardere', 'store læs' og 'kilovis', for at gøre udsagnet så markant og storslået, at hun kan retfærdiggøre at tage afstand fra det. En afstandtagen, der ikke er velanset på hendes arbejdsplads, da hun melder sig ud af fællesskabet.

Tilsvarende problem oplever Marianne, når der fredag morgen på arbejdet skal hygges med fælles morgenmaden. Forinden har hun hjemme spist sin sunde morgenmad, da hun ikke finder morgenmaden på arbejdet sund og fristende. Det betyder, at hun ikke spiser med på arbejdet og oplever, at hun står uden for fællesskabet og hyggen. Det er ikke velanset, at hun bevidst fravælger

at spise af den morgenmad, som serveres, og derfor savner Marianne en løsning, hvor hun stadig kan være en del af det hyggelige samvær uden at spise det hvide franskbrød.

Er hygge usundt?

En naturlig forlængelse af snakken om usunde fødevarer er spørgsmålet om, hvorvidt hygge er usundt?

> Pernille: ”*Det er jo ikke kun kroppen, som skal behandles. Det er også sindet.*”

Denne balanceskabende indstilling til hygge og sundhed er en af de kategorier, som Thompson og Troester (2002) fremhæver i analysen af forbrugeres sundhedsrationaler. Forbrugere med denne overbevisning søger dagligt en balance i krop og sind, via en individuel balance mellem sunde og usunde fødevarer (Luomala et al. 2006).

I fokusgruppeinterviewet laves straks en sondring mellem fysisk og mental sundhed, som var det to uafhængige størrelser. I gruppen er der ikke tvivl om, at hygge rent mentalt er sundt. Hygge er rart, dejligt og bliver forbundet med glæde, men det usunde aspekt af hyggen opstår især i den sociale hygge, hvor fødevarepraksis er underlagt stærke sociale kræfter. Marianne og Jan er enige om, at synderen i hyggesituationer er den megen alkohol, hvorimod Tobias, Kim og Pernille mener, at de søde sager er årsagen til det stigende kalorieindtag, når vi er sammen med andre mennesker. Som Jan udtrykker.

> Jan: ”*Sundhed, hvis du skal sætte det på spidsen, så tror jeg, der er for meget alkohol i vores hygge. Det er ikke nødvendigvis slik, selvom der står chokolade på bordet, så bliver der måske spist et eller to stykker til kaffen. Men alkohol. Jeg tror mindst, vi drikker en flaske vin pr. mand ved maden. Og så skal vi have kaffe og cognac eller noget andet, og så kommer øllene på bordet bagefter. Så når vi bærer tomme flasker ned næste dag... Er du tosset, det er da usundt.”*

Om det er slik, kage eller alkohol, så er de sociale praksisser, når vi hygger os, ikke udprægede sunde, og dermed kan hygge være en barriere for at leve et sundt liv. Men som Tobias nævner, så behøver det ikke at være usundt, førend det er hyggeligt. Men ”*[...] sådan er det nu en gang bare [...]* ”, udtrykker Tobias. Vi søger alle at være en del af fællesskabet, når vi hygger, og vi værner om hyggen, som frirummet i en travl hverdag. Praksisser er så forankrede, at de er svære at bryde. Og samtidig er der sociale konsekvenser ved at bryde praksis, da det kan skabe uenigheder og disharmoni, der slår skår i hyggen.

> Jan: ”*Sådan er det. Men jeg tror ikke, at det er en naturlov. Vi kunne sagtens hygge os, hvis vi ikke havde det. Men der er ligesom kommet en forventning om, at sådan er det. Så hvis der laves om på de konditioner, kan det sætte hyggen på en prøve. Ligesom når vi hygger, og nogle begynder at diskutere politik, og vi finder ud af, at det er vi meget uenige om. Det bliver ikke bare til en interessant udveksling af synspunkter, men også til en kamp om at overbevise de andre, så forsvinder hyggen. Jeg tror lidt, det er det, at vi er nervøse for.*”

Vi er nervøse for at ikke at være en del af fællesskabet. Nervøse for at bryde praksis og gå mod strømmen. Dagligt påvirkes individer af medier, og der går sjældent en dag, uden danskernes sundhedstilstand diskuteres. Dette har blandt andet givet forbrugerne en stærk bevidsthed om den sunde livsstil, hvor knap 80% af den danske befolkning er velvidende om de otte officielle kostråd og samtidig forsøger at leve et sundt liv. Trods dette er vi underlagt en social praksis, der indebærer, at kalorierige fødevarer anses som en naturlighed, om ikke en nødvendighed, når vi samles for at hygge os.

Opsamling og diskussion

I forlængelse af resultaterne fra første del af den kvalitative analyse, hvor hyggefænomenet blev gransket og afgrænset til at være betinget af fem forskellige situationselementer, så er formålet med nærværende analyse at undersøge de fødevarepraksisser, som indgår i hyggelige situationer. I analysen skabes en indsigt i de seks interviewpersonernes forståelser og holdninger til de fødevarepraksisser, som med stor naturlighed er konstituerende for hyggen. Resultatet af analysen

viser, at omend der på tværs af socialgrupper synes at være en rimelig ensartet forståelse af hyggebegrebets etablering og udfoldelse, så er dette langt fra tilfældet, når det gælder interviewpersonernes fødevarepraksisser i hyggen.

Interviewpersonerne er enige om, at mad og drikke inddrages i næsten alle situationer, hvor individer mødes til hygge. Der er dog langt fra enighed om de betydninger og praksisser, som relaterer sig til de fødevarer, vi indtager. Interviewpersonerne deler sig forholdsvis hurtigt i fokusgruppeinterviewet i to lejre, hvor Marianne, Jan og Karina deler mange af de samme synspunkter i opposition til Pernille, Kim og til dels Tobias, der taler ud fra en anderledes position. Placeres de seks interviewpersoner i Bourdieus sociohistoriske forståelsesramme, så vil det, med afsættet i personernes sociodemografiske karaktertræk og kapitalbesiddelse (jf. Bourdieus kapitalbegrebet), være muligt at placere interviewpersonerne relativt i forhold til øvre og nedre klassetilhørsforhold. Marianne, Jan og til dels Karina adskiller sig fra resten af gruppen ved at have en forholdsvis høj social, kulturel og økonomisk kapital. Igennem interviewpersonernes subjektive fortællinger og diskussioner fremkommer vidtrækkende holdninger og overbevisninger til mad og drikke i hyggesituationer, som forstås og analyseres i forhold til den sociale position en person taler ud fra.

Resultatet af analysen viser blandt andet, at hyggelige situationer omfatter en del praksisser og konventioner, gældende mad og drikke, som deltagerne i hyggen er underlagt. Især Marianne, Jan og Karina giver udtryk for, hvordan de oplever, at den rigtige etikette indebærer, at der bruges god tid på indkøb, madlavning og servering af de kvalitetsrigtige fødevarer. Etiketten for passende opførelse foreskriver, at der spises og drikkes, hvad der serveres, og maden påskønnes, hvilket er vigtigt for hyggens opretholdelse. Marianne, Jan og Karina oplever, at det til tider kan værende et pres, at overholde den stramme etikette og de sociale praksisser, især gældende indtag af alkohol. De højere socialgrupper har generelt et højere indtag af alkohol sammenlignet med de lavere sociale lag (Kjøller et al., 2007; www.dst.dk), men specielt i hyggesituationer indtager alkohol en vigtig rolle for denne gruppe. Jan nævner, hvordan etiketten foreskriver, at der drikkes vin til maden, cognac eller lignende til kaffen og øl herefter, hvilket både Karina og Marianne nikker genkendende til. Takkes der nej, lægger det en dæmper på hyggen og kræver en social legitim forklaring, som kan være sygdom eller til nød, at der skal køres bil hjem. Den sociale påvirkning er stærk, og de

praksisser, der udspiller sig i hyggen, er bundet op på en vis etikette, som ikke i tilsvarende udstrækning oplevet hos Pernille, Kim og Tobias.

Pernille, Kim og Tobias har ikke samme strenge etikette i deres sociale netværk, og der eksisterer ikke samme praksisser for, hvad der er passende og upassende, når de samles med familie og venner til hygge. Det betyder blandt andet, at der ikke konstrueres den samme markante skelnen mellem en traditionel hverdag og en hyggesituation, som tilfældet er for Marianne, Jan og Karina. I et sundhedsmæssigt perspektiv er det ikke alkohol, der fylder i Pernille, Kim og Tobias hygge, men derimod de søde og fede fødevarer, som kage, chips og chokolade. Fødevarer som Marianne, Jan og Karina stort set aldrig serverer eller præsenteres for i deres omgangskreds, er en naturlig bestanddel af den mad, der sættes på bordet, når Pernille, Kim og Tobias hygger.

Analysen giver et interessant indblik i de forskellige praksisser, som udspilles i hyggelige situationer og trods forskelligheden interviewpersonerne imellem, er der en enighed om, at hygge retfærdiggør og fordrer indtag af usunde fødevarer samt for meget alkohol. Derfor opleves hygge og de sociale praksisser, der er konstituerende herfor, som en barriere for det sunde liv. Vælges det sunde liv, så kan det være på bekostning af den fælles hygge. Praksis foreskriver, at en del af fællesskabet og den aktive deltagelse i hyggesituationer nødvendiggør, at alle spiser og drikker, hvad der serveres af alkohol og usunde fødevarer.

Det væsentlige i denne analyse er at forstå, at individet ikke enevældigt træffer fødevaremæssige beslutninger, men at individet er underlagt sociale praksisser/den rigtige etikette og en social påvirkning, som er særlig kraftfuld i netop hyggelige situationer. Dette skyldes, at de personer som tager del i hyggen er tætte sociale relationer, og dermed mennesker, som betyder meget for individet. Berger og Luckmann (1966) kalder disse mennesker for 'de betydningsfulde andre', og ønsket om at opretholde tilhørsforholdet til denne gruppe mennesker, er af stor betydning for individer. Derfor har de sociale praksisser ligeledes stor betydning. Den betydning, som individet tillægger den sociale relation, kommer blandt andet til udtryk gennem fødevarer, som serveres ved hyggelige lejligheder. Det intensiverer de, i forvejen, stærkt forankrede sociale fødevarepraksisser. Praksisser er svære at ændre, da ændringer har indvirkning på de signaler, som individet sender gennem de fødevarer, der inddrages i hyggen. Praksis fastholdes ubevidst, da individet ikke ønsker at påvirke den sociale relation uhensigtsmæssigt eller ødelægge hyggen. Hyggen er frirummet fra

hverdagens hektiske liv, og der hvor 'batterierne lades op', så derfor er det vigtig, at praksis overholdes, så hyggen og det etablerede frirum ikke ødelægges. Individets handlefrihed indskrænkes i forhold til at følge egne behov og ønsker om at leve et sundere liv.

Endvidere er hyggesituationer underlagt en del praksisser i relation til tidsperspektivet, den gode stemning osv., som skal interagere, hvilket adderer til kompleksiteten i etableringen af hyggesituationer.

På baggrund af analyseresultaterne af den kvantitative og kvalitative undersøgelse, gives der i næste i kapitel en refleksion over, hvordan der ud fra et samfundsmæssigt perspektiv kan arbejdes på at forskyde sociale praksisser mod en sundere hygge.

Kapitel 13

Den fremtidige hygge:
I et samfundsmæssigt perspektiv

Er den danske hygge en trussel mod forbrugernes sundhedstilstand? Et passende spørgsmål i en tid, hvor fedmeepidemien har ramt mange vestlige lande, heriblandt Danmark, og det danske samfund årligt bruger millioner af kroner på forbedring af forbrugernes sundhedsstilstand (Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2007). Blandt årsagerne til den kritisable sundhedstilstand er et overforbrug af usunde fødevarer, som forbrugerne glædeligt indtager, ved blandt andet hyggelige sammenkomster. I selvsamme samfund viser undersøgelser, paradoksalt nok, at der blandt individer er forholdsvis stor interesse og bevidsthed om det sunde liv[39].

Mange samfundsmæssige ressourcer bruges årligt på at søge faktuelle data om forbrugernes sundhedstilstand (ATV, 2007; Norden, 2006; Regeringen, 2002; Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2007; Kjøller et al., 2007). Hidtidige tiltag i forhold til at forbedre forbrugernes sundhedstilstand har forholdsvis ensidigt fokuseret på en individuel orienteret behovsforklaring og negligeret den stærke sociale påvirkning, som denne afhandling bekræfter tilstedeværelsen af. Det er mindst ligeså vigtigt at forstå og forholde sig til de sociale mekanismer, der spiller ind på forbruget af usunde

[39] 78% af den kvindelige befolkning forsøger ofte eller meget ofte at leve sundt, hvor den tilsvarende andel for mændenes vedkommende er 58%. I store træk ved forbrugerne godt, hvad der er sundt og usundt, og hele 76% af den voksne danske befolkning har kendskab til de otte officielle kostråd, og hvordan de bør efterleves (ATV, 2007).

fødevarer. Og specielt ved hyggelige sammenkomster, hvor usunde praksisser legitimeres gennem stærke sociale kræfter.

I dette kapitel samles trådene fra afhandlingens kvantitative og kvalitative analyser. Der tages afsæt i den viden, der er produceret gennem afhandlingen, og med en samfundsorienteret og praktisk vinkel reflekteres der over, hvordan hygge og fødevarer i fremtiden kan kombineres på sundere vis, end tilfældet er i dag. Der er åbenlyst mange forskellige tilgange til denne udfordring. I trit med afhandlingens fokus, vil dette kapitel tage udgangspunkt i de diskurser, praksisser og overbevisninger, som eksisterer i samfundet. I et forandringsperspektiv vil jeg reflektere over, hvordan en indsats fra myndigheder, producenter, ekspertsystemer og medier kan påvirke individers praksisser i hyggelige situationer. Der vil i dette kapitel blive inddraget enkelte citater fra fokusgruppeinterviewet, hvor hygge i et fremtidsperspektiv kort er diskuteret.

Sundhedsmæssige implikationer

Det kulturelle fænomen hygge kan synes umiddelbart og ligetil, men resultaterne af afhandlingens empiriske analyser viser, at hygge langt fra er et transparent og ukompliceret begreb. Etableringen af hygge kræver, at visse betingelser er opfyldt, førend fundamentet for hygge er lagt. Det er ofte med familie og venner, at hyggesituationer finder sted, men hygge kan også etableres i eget selskab, hvis de rigtige betingelser er til stede. Der skal sættes tid af til hygge, da tiden i samspil med den fysiske og mentale tilstedeværelse skaber et forum for hygge. Der skal være en afslappet atmosfære, og samtidig skal stemningen være harmonisk og god. Når dette fundament er lagt, så udgør mad og drikke en central del af de aktiviteter, som udspiller sig ved hyggelige lejligheder.

Vi mødes omkring spisebordet til et godt måltid, hvor den mad og drikke, der serveres, langt fra er tilfældig udvalgt men specielt tilpasset situationen og den sociale sammensætning. Analysen af forbrugernes praksisser tydeliggør, hvor stor betydning fællesskabet og den gode stemning har for hyggens udfoldelse og de socialt etablerede fødevarepraksisser. Den sociale påvirkning i disse situationer er markant, og det kommer til udtryk i de fasttømrede sociale praksisser og etiketten for, hvad der opfattes som passende og ikke passende at servere. Med en naturlighed produceres og reproduceres særlige fødevarepraksisser i hyggelige situationer, og de fungerer i socialt regi som toneangivende for alle aspekter af adfærd og forbrug.

De stærke sociale betingelser, som hyggesituationer ubevidst er underlagt, kan tilskrives den rolle og betydning, som hygge har i forbrugernes liv. For mange individer er hygge ensbetydende med et frirum fra hverdagens stress og jag, hvor 'batterierne lades op' og fællesskabet med familie og venner plejes. Den sociale accept i fællesskabet er vigtig for harmonien, og i tilfælde hvor hyggetilstanden trues eller ødelægges, opleves det som en trussel mod fællesskabet. Frygten for at ødelægge hyggen resulterer i, at sociale praksisser og stramme etiketter efterleves, men de tager sig forskelligt ud på tværs af individer og sociale grupper.

Resultaterne af den kvalitative analyse indikerer, at der synes at være en strammere etikette hos interviewpersonerne fra øvre sociale lag, hvor individer er underlagt et socialt pres i forhold til en bestemt adfærd omkring middagsbordet og specielt gældende alkoholforbruget. Alkohol udgør et vigtigt element i hyggesituationer, og flere af interviewpersonerne er enige om, at hyggen forringes, hvis alkoholindtaget minimeres. For disse forbrugergrupper er der en fælles forståelse af, at alkohol bidrager til etableringen af hyggen. Der drikkes for meget ved hyggelige lejligheder, og dette kraftige indtag af alkohol opleves som en barriere for at have en sund livsførelse.

Dette står i kontrast til interviewpersonerne fra de lavere sociale grupper, hvor alkohol ikke nødvendigvis har samme position i hyggesituationer, men hvor der derimod eksisterer andre usunde praksisser. Praksisser der indbefatter mange usunde fødevarer, som slik, chips og kage, der med stor naturlighed sættes på bordet. De lavere sociale grupper er kendetegnede ved, at have en overrepræsentation af overvægtige individer med usunde livsstile (Kjøller et al., 2007). Analyseresultater af den kvalitative undersøgelse indikerer i overensstemmelse hermed, at der er en tendens til større indtag af usunde fødevarer blandt interviewpersonerne med mindst besiddelse af ressourcer/kapitaler.

Hyggelige sammenkomster er situationer, hvor det sunde liv sættes på hold, og de mindre sunde fødevarer indtages uden store samvittighedskvaler. Navnlig den hjemlige hygge, hvor familie og venner samles, er situationer, der ikke blot legitimerer servering og spisning af mindre ernæringsrigtige fødevarer, men ligefrem fordrer det. I disse situationer handler individet sjældent ud fra egne interesser, men underlægges de sociale normer og praksisser, som er vigtig at have for øje i forståelsen af, hvorfor individet handler, som tilfældet er. Om det er alkohol eller søde og fede fødevarer, så er der enighed blandt interviewpersonerne om, at for megen hygge udgør en barriere

for det sunde liv. De stærke sociale praksisser bevirker, at individer stiller sig uden for fællesskabet ved ikke at tage for sig af den mad og drikke, der serveres. De sundhedsmæssige implikationer ligger derfor i de fødevarepraksisser, der udspiller sig i hyggen. De stærke sociale kræfter er ikke umiddelbart centrum for implikationerne, men det er derimod de praksisser og overbevisninger, som er konstituerende for hyggen. Det er fødevarepraksisser, som er et resultat af socialt og kulturelt forankrede overbevisninger om, hvordan hygge etableres. Ønsker vi at forstå og ændre praksis i hyggelige situationer, er vi nødt til at arbejde med de underliggende forståelser, som udløser den givne adfærd.

Nydelse og den gode smag prioriteres, når mennesker samles til hyggeligt samvær. Hygge fungerer som et frirum fra hverdagens stramme tidsskema, og er samtidig legitimerende for en fødevareadfærd, der bryder med hverdagens 'sundhedsregler'. I hyggebegrebet ligger ubevidst en social forståelse, der indebærer en ret til at forsøde sig med, hvad man lyster. Når diskussionen i fokusgruppeinterviewet falder på sundhed og hygge, så nævnes der samstemmende, at hygge er sundt for sindet. Den sociale og harmoniske del af hygge har utvivlsomt en positiv indvirkning på den mentale tilstand, samt at mange individer afviger fra dagligdagens sundere levevis og fødevarebegrænsninger, for i hyggelige situationer at give sig hen til hedonistiske fødevarer. Hygge opleves som psykisk sundt, men også som en belastning for den fysiske sundhed.

De samfundsmæssige udfordringer ligger ikke blot i at ændre forbrugspraksis i hyggen, men desuden forsøge at rekonstruere opfattelsen af de fødevarer, som findes passende at indtage ved hyggelige lejligheder. Nye fødevarer skal introduceres og praksisser bearbejdes, så hygge ikke kun er sundt for sindet, men også for kroppen. Den sociale konstruktion af nydelse og den gode smag skal forskydes mod en bredere forståelse, så nydelse også afledes af mere ernæringsrigtige fødevarer og ikke som i dag, hvor mange individer oplever den gode smag og nydelse, som tæt forbundet med indtag af usunde fødevare (Raghunathan et al., 2006).

Summa summarum så ligger de sundhedsmæssige implikationer i at forskyde forbrugspraksis i hyggen ved (1), at rekonstruere individers forståelse af de fødevarer, som findes passende at indtage i hyggelige situationer, og (2) ved at forskyde individers forståelse af den gode smag og nydelse, så nydelse også findes i sundere fødevarer. Det er disse implikationer, som dette kapitel vil tage fat på.

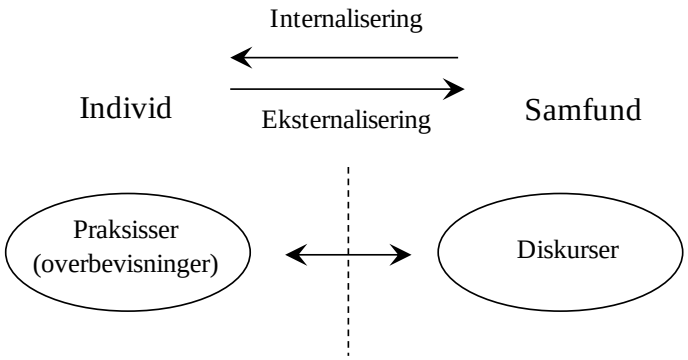
Diskurser, praksisser og overbevisninger

Diskurser, praksisser og overbevisninger har været gennemgående termer i denne afhandling, som startede med en analyse af de større aktører i samfundet, som myndigheder, medier, producenter og eksperter, der på forskellige vis er med til at producere og reproducere diskurser. Afledt af disse diskursive formationer opstår forskellige fødevare- og sundhedsoverbevisninger, som individer bekender sig til og udtrykker gennem deres praksisser. Praksisser, som er konstituerende for bestemte situationer, som eksempelvis hyggesituationer.

Inden der arbejdes videre med de sundhedsmæssige implikationer i hyggen, og hvordan de, som en samfundsmæssig udfordring, rent praktisk kan angribes, vil jeg redegøre for, hvordan de uadskillelige diskurser, praksisser og overbevisninger interagerer. Det er nødvendigt at forstå denne sammenhæng, da det kræver forskydninger inden for alle tre områder at skabe en sundere hygge.

Sociale praksisser dannes som et resultat af de kulturelt og socialt forankrede overbevisninger, der eksisterer blandt individer. Der er naturligvis en tæt og uadskillelig forbindelse mellem praksisser (det man siger og gør) og de bagvedliggende ræsonnementer/overbevisninger, som udløser praksis. Der er flere niveauer, som er nødvendige at inddrage, hvis der ønskes en forståelse af de praksisser, som manifesteres i hyggen, for på sigt at påvirke individers praksisser og overbevisninger i hyggelige situationer. Niveauet mellem strukturen (samfundet og kulturen) og processen (individers handlinger), kan anskues som et spændingsfelt, hvori betydningskonstruktioner kontinuerligt produceres og reproduceres. I det dialektiske betydningsperspektiv kan individets praksisser og overbevisninger ikke forstås isoleret, da disse er et resultat af samfundets diskurser og den løbende interaktion samfund og individ imellem (Berger og Luckmann, 1966). Berger og Luckmanns (1966) begreber 'internalisering' og 'eksternalisering' kan henføres til interaktionen mellem diskurser, overbevisninger[40] og praksisser, der i spændet mellem samfund og individ kontinuerligt er i samspil.

[40] I Schatzkis (1996, 2001) definition på praksis er forståelse/overbevisning en del af selve praksissen, da det er denne bagvedliggende overbevisning, der giver sig til udslag i en given praksis. Praksis kan derfor anses som den 'levede' diskurs.
Overbevisninger er i den illustrative figur 13.1 inkorporerede i praksisser og vil fremadrettet i dette kapitel anskues som en del af praksis.



Figur 13.1 Praksisser, overbevisninger og diskurser

Der er en tæt forbindelse mellem praksisser og de strukturerende diskurser, der fungerer som overordnede meningsskabende guidelines for praksis. Hvor praksisser i hyggen udgør en faktisk handling, der forbinder det at sige og gøre, så tager handlingerne afsæt i en af de mange sundheds- og fødevarediskurser, som former og giver mening til praksisser. Når nye praksisser opstår, er det tegn på forskydninger i de diskursive strukturer i samfundet. Den løbende produktion og reproduktion af praksisser er resultatet af de transformationer, der konstant er til stede i interaktionen mellem diskurser og praksisser (Schatzki, 2001). I kraft af praksisserne eksisterer den sociale orden, som en ubevidst foranstaltning, der koordinerer handlinger i forhold til bestemte sociale relationer, og derfor også ligger til grund for den orden og mening, som individer etablerer i hyggelige situationer.

Praksisser opstår i et koordinerende domæne mellem mentaliteten og socialiteten. Praksis refererer derfor ikke blot til en konkret handling, men også til en bagvedliggende forståelse og overbevisning, der udløser en given praktisk aktivitet. Individer bekender sig til forskellige overbevisninger, der udspringer af de mange sundheds- og fødevarediskurser, som præger det moderne fødevaremarked. Men selvom praksisser og diskurser fungerer som ordensskabende strukturer i det sociale rum, så er den sociale orden også genstand for kontinuerlige forandringer (ibid.). Som Warde udtrykker: "*However, practices also contain the seeds of constant change. They are dynamic by virtue of their own internal logic of operation, as people in myriad situations adapt, improvise and experiment.*" (Warde, 2005:141).

Ændringer i praksisser kan henføres til Schatzkis praksiselementer, forståelse, regler og teleoffective strukturer, der jævnligt forandres, ligesom ord (at sige) og handlinger (at gøre), som er konstituerende for at praksisser, også ændres løbende. Som udgangspunkt har det konstante flow i den humane aktivitet en tendens til at opretholde en bestemt praksis i de tilfælde, hvor praksis udføres kontinuerligt med klar præcision mellem den kropslige sigen og gøren. Det er ofte de traditionsbundne praksisser og hverdagens meget rutineprægede praksisser, som har en tendens til at blive udført kontinuerligt uden større afvigelser eller forandringer på sigt. Det vil for mange individers vedkommende også gælde etableringen af hygge, hvor de stærke sociale mekanismer skaber begrænsede og prædefinerede rammer for en praksis udfoldelse.

Forandringer kan anskues ud fra flere niveauer, men i denne afhandling er der fokus på de sociale og samfundsstrukturelle aspekter af praksis og forbrug, med henblik på at anskueliggøre, hvordan en social orden og praksis kan forskydes i den nærmeste fremtid. Det er ikke hensigten at give en uddybende redegørelse for de mange mekanismer, som påvirker og påvirkes heraf, men ud fra en forholdsvis praktisk tilgang give en refleksion over, hvordan praksis i hyggelige situationer kan ændres i lyset af påvirkninger fra aktører, som medier, producenter, ekspertsystemerne og myndigheder, der dagligt influerer individets fødevareforbrug.

Myndigheder

Myndighederne har i en længere periode iværksat kampagner, der har haft til hensigt at informere forbrugerne om, hvordan en sundere kost kan opnås ved eksempelvis at spise mere frugt, grønt og fisk. Og forbrugernes indtag af frugt og grønt er da også steget en anelse[41] de sidste 10 år, men der indtages stadig for meget alkohol og sukker (ATV, 2007), som blandt andet hyggesituationer skaber rammerne for. De hidtidige sundhedskampagner har været koncentreret om overordnet faktuel information med en bagvedliggende tanke om, at forbrugeren, som et rationelt handlende menneske, tager denne information til sig og handler derefter. Men noget tyder på, at dette ikke altid er tilfældet.

[41] Hvorvidt stigningen i forbruget af frugt og grønt udelukkende kan tilskrives de mange informationskampagner, er udokumenteret.

Den kvalitative analyse ser fødevareforbruget som kulturelt bestemt og underlagt stærke sociale mekanismer, der manifesteres gennem de betydninger, som fødevarer kontinuerligt tillægges og har iboende. Betydningsskabelsen indebærer, at bestemte fødevarer henføres til bestemte situationer, og ved hyggelige lejligheder er det usunde fødevarer og alkohol, der findes naturligt at servere. Ønsker vi at ændre den sociale forståelse af de fødevarer, som med naturlighed indtages i hyggen, så er generelle faktuelle oplysningskampagner ikke nødvendigvis vejen frem. Hygge er frirummet, hvor afslapning og nydelse prioriteres, og det er vigtigt at forstå, at fødevarerne, som indtages under hyggeseancer, på mange måder er konstituerende for hyggen. De udgør en central rolle og ved mangel heraf, er hyggen ikke den samme. Et udsagn, der er enighed om blandt deltagerne i fokusgruppeinterviewet. For at ændre så stærke opfattelser af et situationsbestemt forbrug, er det nødvendigt at arbejde med individers overbevisninger om de udvalgte fødevarer, som findes naturlige og nødvendige i hyggen. Det er utopi at tro, at usunde fødevarer helt kan fjernes fra hyggen, og det er heller ikke målsætningen. Balance er kodeordet, hvilket henviser til, at nydelse skal findes i et bredere udvalg af fødevarer inkluderende sundere alternativer til de i dag usunde fødevarer, som med stor naturlighed sættes på bordet ved hyggelige lejligheder.

Forbrugerne ved overordnet set godt, hvad der er sundt og usundt (ATV, 2007). Kommunikationsindsatsen fra myndighedernes side skal derfor ikke kun koncentrere sig om faktuelle oplysningskampagner, men arbejde mere specifikt med de hyggelige situationer, hvor usunde fødevarer indtages uden samvittighedskvaler. Kommunikationen kan eksempelvis tage afsæt i den hjemlige hygge, der etableres i afslappede, nærværende og stemningsfyldte omgivelser. Hygge associeres i dag med indtag af bestemte fødevarer og denne overbevisning skal forskydes hen imod en bredere og sundere forståelse af de fødevarer, som nydes i hyggen. På nuværende tidspunkt legitimerer og fordrer hygge indtag af usunde fødevarer, som slik, chips, kage og for megen alkohol, og det er denne sociale forståelse, som skal bearbejdes på forskellig vis afhængig af den socialgruppe/målgruppe, der kommunikeres til.

I fokusgruppedialogen nævnes, at indtag af usunde fødevarer og alkohol er en dårlig vane. Betegnelsen 'dårlig vane' er udtryk for interviewpersonernes erkendelse af et uhensigtsmæssigt forbrug, som opretholdes i kraft af praksis, hvori den sociale accept og forståelse ligger. Der sker løbende ændringer i individers fødevareforbrug, som resultat af den generelle samfundsudvikling. Men i dette tilfælde, skal der arbejdes mere målrettet med at reificere overbevisninger og praksisser,

som tages for givet i den sociale verden. Forbrugernes forestillinger og holdninger skal bearbejdes, så nye standarder med tiden bliver socialt accepterede. Grøntsager med dip, frugt i lækre stykker, tørrede frugter og nødder samt god mørk chokolade nævnes i fokusgruppen, som sunde/sundere alternativer i hyggen. Et andet kommunikationsfokus er at arbejde med forståelsen af, at hyggen stiger proportionalt med indtaget af alkohol.

I kommunikationsindsatsen er det vigtigt, at der arbejdes med forskellige forbrugergrupper, hvor der skelnes mellem (1) for stort alkoholforbrug, og (2) usundt madforbrug. Fælles for kommunikationen er, at der tages udgangspunkt i hyggesituationer, som for eksempel i hjemmet, hvor venner og familie er samlet, med stearinlys tændt, dæmpet belysning, mad og drikke på bordet, og en afslappet god stemning. Eller på arbejdspladsen, som også er et af de steder, hvor usunde fødevarer bidrager til hyggen. Der bør arbejdes med situationsbestemte scenarier og gives kreative forslag til erstatning af fødevarer, og specifikke opskrifter og pjecer med sund hyggemad, som forbrugerne nemt kan forholde sig til. Opskrifter og pjecer, som kan gøres tilgængelige for forbrugerne på forskellige måder, eksempelvis gennem supermarkeder, boghandlere, specialbutikker og tillæg i blade og magasiner.

Producenter

I en travl hverdag kniber det for mange forbrugere med tid og overskud til at tænke i sundere alternativer, frem for hurtigt at åbne en pose slik, chips eller kage, som sættes på bordet. De sundere praksisser er stadig ikke forankrede hos mange individer, så derfor findes det ikke naturligt at tænke i sund hygge. Producenterne har, via udbud og markedsføring af produkter, stor indflydelse på den betydningsdannelse, som kontinuerligt produceres og reproduceres i forholdet mellem produkter og forbrugere (McCracken, 1986). I dag markedsføres en lang række mindre ernæringsrigtige fødevarer med et naturligt link til det hyggelige fælles samvær. Eksempelvis kan nævnes markedsføring for Haribo slik, Kims Chips og Estrella Chips, Merci og Toffifee chokolade samt Carlsbergs ølreklamer 'To Carlsberg kommer på bordet', hvor der tydeligt lægges vægt på fællesskabet og den gode stemning, som en klassisk situationel opsætning for, hvornår disse fødevarer indtages. I kraft af disse påvirkninger forankres kulturelle kategorier i fødevarerne, der, som Douglas og Isherwood (1979) understreger, skaber mening i fødevarernes indbyrdes relation,

således at øl og chips samt kaffe og kage opleves som komplementære fødevarer, der forbindes med forskellige situationer, som for eksempel hyggesituationer.

Producenter og produkter udgør vigtige bestanddele i forandringsprocessen, da producenterne via kommunikation og produkter overfører kulturelle betydninger, som forbrugerne tager til sig. Der er to karakteristiske tilgange til, hvordan produkter kan være medskabende for kulturelle forandringer (McCracken, 1986). Først og fremmest kan produkter være med til at skabe nye kulturelle kategorier/trends, gennem eksperimenterende og innovativ udvikling, eller kombination af eksisterende kulturelle betydninger. De betydninger og koder som er tilknyttet produkter, åbner op for nye kulturelle kategorier, der giver individer mulighed for at bekende sig til nye forbrugergrupper og derigennem søge at kreere et bestemt selvimage (ibid.). Alternativt kan produkter fungere som grundlag for en dialog, hvor ændringer sker som resultat af forskellige overvejelser og debatter. Produkter bruges i dette tilfælde med debat og refleksion for øje, der fremadrettet hjælper med at skabe og formalisere den kreative proces (ibid.). I det ene forandringsperspektiv åbner produkter op for kreativ og eksperimentel forandring, hvor det andet perspektiv fokuserer på produkter, som genstand for refleksion og en vurdering der fremadrettet konkretiserer forandringsprocessen.

Det sidstnævnte forandringsperspektiv eksekveres på nutidens fødevaremarked, hvor den herskende sundhedsdebat stiller producenterne overfor ny udfordringer, hvor tiltag iværksættes med henblik på at ændre forbrug og praksis. Med fokus på at ændre bestemte situationer med markant indtag af alkohol og usunde fødevarer, tages der udgangspunkt i nuværende praksis, og med det afsæt arbejdes der målrettet og strategisk med konkrete ændringsforslag for fremtiden. De kulturelle kategorier og betydningsmønstre, der forbinder hygge med udvalgte fødevarer skal udvides, således at nye sundere fødevarer introduceres, og med tiden forskyder praksis mod en social forståelse og accept af en sundere hygge. Det er ikke kun myndigheder, der har til opgave at inspirere og uddanne forbrugerne til at inddrage nye fødevarer i hyggelige situationer, på bekostning af de mange fede og sukkerholdige fødevarer. Producenterne har især en opgave i forhold til at udvikle og markedsføre nye og sundere alternativer, og derigennem forsøge at påvirke og rekonstruere forbrugernes opfattelse af den gode smag og nydelse, som er essentiel for de fødevarer, der inddrages i hyggelige situationer.

Interviewpersonerne foreslår, at nye produkter, samt sundere udgaver af nuværende produkter, med gode smagsoplevelser, bør kunne skabes ved hjælp af forskellige krydderier og nye ingredienssammensætninger. Frugtdrikke, som smooties, nævnes, som et godt eksempel på en nyere sundere drik, som kan erstatte nogle af de søde læskedrikke, som sættes på bordet. Der bør forskes mere i smagsoplevelsen, da den generelle holdning blandt interviewpersonerne er, at der savnes ideer, opskrifter, produkter og forholdsvis hurtige løsninger, der kan inkorporeres i hyggen. Den gode smag og nydelse kan meget vel findes i sundere alternativer, men det kræver naturligvis at produkterne er udviklet og tilstede i nærliggende supermarkeder.

For mange forbrugere er hygge og sundhed uforenelige størrelser, da hygge er forbundet med et frirum, hvor nydelse og den gode smag prioriteres på bekostning af sundhed. Nye produkter og markedsføring heraf skal derfor ikke direkte fokusere på at konstruere den sunde hygge (link mellem sundhed og hygge), da det vil stride imod det fundamentale i hyggen, som frirummet fra hverdagens 'sundhedsregler'. Ønsket om en sundere hygge ligger implicit. Linket skal være mellem nydelse og hygge. Fokus skal være på nydelsen, der i dag er stærkt forbundet med indtag af usunde fødevarer (Raghunathan et al., 2006). Nydelsesoplevelsen, afledt af den gode smag, skal rekonstrueres, så nydelse findes i nye produktvarianter/smagsoplevelser uden for meget fedt, sukker og alkohol.

Ekspertsystemer og medier

Medier og ekspertsystemer har en afgørende rolle, når praksis skal påvirkes og forskydes. Medier er ikke kun transmitterende for producenternes markedsføring, men i trit med forbrugernes øgede interesse for fødevarer og sundhed, har medierne lanceret flere indlæg/indslag inden for fødevare- og sundhedsområdet, samt introduceret nye sundhedsorienterede programmer. Ekspertsystemerne, der som tidligere beskrevet, repræsenterer læger, ernæringseksperter, slankeguruer, kokke osv. arbejder ud fra divergerende overbevisninger, og gennem en bred vifte af medier henvender de sig til forskellige forbrugergrupper.

Fødevaremarkedet bærer præg af at have et højt og fragmenteret informationsflow, og i en tid med begrænsede tidsmæssige ressourcer hos mange individer, fungerer ekspertsystemet ofte som guidende for individers livsstil (Giddens, 1991). For at mindske kompleksiteten i de mange

valgmuligheder bekender flere individer sig til en eller flere overbevisninger, som eksempelvis at leve økologisk, fokusere på nydelse og veltilberedt mad (som de medievante kokke er fortalere for), ikke spise sukker og mælkeprodukter, spise efter syre/base principperne eller spise efter de otte officielle kostråd. Utallige livsstilsmuligheder præsenteres af anerkendte personligheder, som er med til at forskyde forbrugspraksis, og fungerer som trendsættende forbilleder for mange individer. Det kan naturligvis også bruges i hyggeøjemed, således at de forskellige kendte kokke, slanke- og ernæringseksperter kan tjene som talerør for nye og sundere fødevarepraksisser. Medierne, som allerede i forvejen gør brug af disse eksperter, kan gennem programmer og indlæg fokusere på hyggesituationer og fødevarepraksisserne heri, hvor sundere nydelsesrige fødevarer kan introduceres fra eksperterne.

I fokusgruppeinterviewet gives udtryk for, at der er et behov for hurtige løsninger i forhold til de fødevarer, som serveres i hyggen. Samtidig viser den kvalitative analyse også, at køkkenet ofte danner rammerne for det hyggelige samvær, når der bages, syltes, brygges øl eller tilberedes lækker mad. Med det brede spekter af behov gives rig mulighed for, at eksperter kan give forskellige opskrifter og råd, der kan inspirere bredt blandt individer. Det vil være optimalt, hvis der laves samarbejde på tværs af eksperter, medier, myndigheder og producenter, for at udnytte synergien. Mange eksperter udnytter allerede deres position, som stærke brands, ved blandt andet at være programværter, rådgivere i aviser og magasiner, samt lancerer egne produktlinjer.

Flere af eksperterne som er fortalere for nydelsesdiskursen og en fødevarebetragtning, der prioriterer kvalitet frem for kvantitet, kan med fordel bruges til at appellere til de øvre sociale lag i forsøget på at rekonstruere den sociale forståelse af, de store mængder alkohol, som findes passende at drikke ved hyggelige sammenkomster. For disse relativt veluddannede forbrugergrupper er den rigtige etikette og sociale påvirkning, i relation til fødevarepraksis, af afgørende betydning, så derfor skal der ikke fokuseres på oplysning/uddannelse, men derimod på at rykke normer og sociale forståelser. For de lavere sociale klasser bør andre bredere eksponerede eksperter tages i brug, og der skal i højere grad lægges vægt på oplysning og uddannelse.

Ændring af praksis og social accept

Ændringer af praksisser, rutiner og konventioner sker ikke over en nat, da individer generelt yder modstand mod hurtige forandringer, hvilket også er tilfældet på fødevaremarkedet (Warde, et al., 2007). Wardes analyse af forandringer i fødevarepraksisser påviser, hvordan forbrug er institutionaliseret forskelligt afhængig af land og kultur, men også mellem grupper af mennesker inden for en kultur. Meget i trit med afhandlingens analyseresultater, der fremviser de forskellige fødevarepraksisser i hyggesituationer på tværs af sociale lag. Gennem de sidste årtier har flere praksisser ændret sig, således at der generelt bruges mindre tid i køkkenet, der spises mere ude og forbruget af nogle fødevarer stiger, mens indtaget af andre fødevarer falder. Eksempelvis er indtaget af sodavand og alkohol steget, hvorimod indtaget af rugbrød og kartofler er faldet (ATV, 2007). Praksis ændrer sig naturligt med tiden, men forandringer kan fremskyndes med en aktiv indsats fra de diskursskabende institutioner i samfundet. I takt med at nye praksisser skabes, opstår naturligt den sociale accept, der ligger i den nye erkendelse og forståelse af bestemte måder, at gøre tingene på.

Når trends og forandringer i samfundet opstår, er det ofte de ressourcestærke, øvre sociale grupper, hvor ændringer først etableres, hvorefter de breder sig til de øvrige samfundsklasser (Bourdieu, 1984). I fokusgruppeinterviewet kan tilsvarende tendens ses, idet de kapitalstærke interviewpersoner giver udtryk for, at tiden hvor store mængder slik, chips og kage blev sat på bordet, ligger langt tilbage. Der nævnes blandt andet, at individer er blevet mere 'modne i' at hygge sig uden de usunde fødevarer, hvilket ifølge disse interviewpersoner kan tilskrives den megen information om fedt og sukkers dårlige indvirkning på kroppen. I fokusgruppeinterviewet gives der udtryk for, at denne praksisændring er en proces, som er ved at vinde indpas hos forbrugerne. Interviewpersonerne bruger vender som eksempelvis, 'det er da ved at vinde mere indpas', 'folk er blevet gode til det', 'det ser fornuftigt ud mange steder', 'sådan var det jo bare for nogle år tilbage', 'det er en dårlig vane, i hvert fald i min generation', 'det kommer an på, hvor langt man er kommet i de der ting' og 'der er altid plads til forbedringer'. Dette indikerer, at der inden for nogle grupper har været et skift i praksis, men at andre grupper skal hjælpes mere på vej. Vendingerne refererer udelukkende til de fede og søde fødevarer, og tager ikke højde for problematikken med for meget alkohol i det hyggelige samvær.

Praksisser er svære at ændre, fordi de ofte er grundlagt tilbage i barndommen. Det er ikke blot dårlige vaner, men socialt forankrede overbevisninger, der er rodfæstet i hverdagens sociale praksisser og dermed underlagt en social forståelse og accept. Sociale praksisser er et resultat af individets socialisering, hvor individet fra de tidlige år i livet, gennem læringsprocesser indføres til at være et passende medlem af samfundet. I individets tidlige socialisering udgør hovedsagligt forældre og daginstitutioner en vigtig del af socialiseringsprocessen, da disse betydningsfulde individer i barnets liv definerer rammer og spilleregler (Berger og Luckmann, 1966). Allerede her fastlægges og udvikles den del af habitus, som er kronisk forankret og svært påvirkelig. I relation til hygge betyder dette, at barnet i hjemmet introduceres for 'weekendslikken' eller 'hyggeslikken', der for mange børn er indbegrebet af hygge. Det er et godt eksempel på, hvordan børn fra barndommen socialiseres til at forstå, at slik og hygge er en manifestation af afslapningen/frirummet og en vigtig markering af en modpol til hverdagens trummerum. Individet lærer løbende, hvordan hygge konstrueres i forskellige situationer, også uden for hjemmet. I institutioner er der kage i 'klassens time' eller slik og kage ved fødselsdage, sidste skoledag eller andre dage, hvor det skal være lidt hyggeligt, og indlæring ikke er i centrum. Som led i forandringsprocessen og den forarbejdende indsats fra de diskursskabende aktører, skal der også sættes ind overfor børn og unge, så sundere praksisser etableres tidligt i individets levetid – både i hjemmet og i institutioner.

Opsamling og diskussion

Hygge er kendetegnet ved at være frirummet, hvor venner og familie samles til nydelsesrig mad i stemningsfyldte, harmoniske og afslappede omgivelser. Det er for mange individer et vigtigt frirum i en travl hverdag, hvor fællesskaber plejes og ny energi tilføres. Hygge er sundt for sindet, men knap så sundt for kroppen, da hygge er behæftet med indtag af mange usunde fødevarer. Alkohol, sukkerholdige og fede fødevarer er vigtige bestanddele af det hyggelige samvær, hvor stærke sociale kræfter og stramme etiketter fastholder praksisser, og gør det svært for individet at takke nej til den mad og drikke, der serveres. De sundhedsmæssige implikationer ligger i den sociale forståelse af de fødevarer, som er konstituerende for hyggen. Individets fødevarepraksisser kan ændres ved at påvirke individets forståelse og overbevisning, som ligger til grund for en given adfærd. Individets opfattelse af hygge og nydelse skal rekonstrueres, så nydelse og den gode smag findes i et bredere spekter af fødevarer. Nuværende forbrugspraksis skal forskydes mod et større fokus på sunde alternative fødevarer, som kan serveres i hyggeligt samvær. Den sociale accept og

forståelse heraf tager tid at bearbejde, da individer generelt er modstandere af hurtige forandringer. Det kræver forskellige tiltag og påvirkninger fra de store diskursskabende aktører, som på forskellig vis kan påvirke overbevisninger og praksis.

Med det udgangspunkt kan de indsatsområder og diskussioner, der er præsenteret gennem dette kapitel opsummeres i følgende anbefalinger.

Anbefaling 1.
Kommunikationsindsatsen skal koncentrerer sig om udvalgte situationer.
Fælles for myndigheder, producenter, medier og ekspertsystemer er, at indsatsen bør koncentreres om udvalgte hyggesituationer som specifikt genstandsfelt. I dag er meget af den sundhedskommunikation, som hersker på markedet, kendetegnet ved at være forholdsvis generel og faktuel, og der kan i højere grad tages udgangspunkt i det situationelle forbrug. Den hjemlige hygge kan meget vel være centrum for kommunikationen, hvor der eksempelvis kan tages fat på nogle af de kulturelt og socialt etablerede overbevisninger og praksisser, som de fleste individer kan associere sig med. Et eksempel på en situationel kommunikationsindsats er Carlsbergs sommerkampagne, som tager udgangspunkt i en situation, hvor venner griller i haven, og derved forsøger at skabe et link mellem de hyggelige grill-situationer i haven og Carlsberg øl.

Anbefaling 2.
Forskellige målgrupper – forskellige problemstillinger.
Det virker umiddelbart til, at nutidens sundhedskommunikation har en bred tilgang til forbrugerne, der anses for én stor målgruppe. Resultater af afhandlingens analyser bekræfter, at der eksisterer forskellige usunde fødevarepraksisser, som der bør bearbejdes. For stort alkoholforbrug kendetegner de øvre sociale lag, mens de lavere socialklasser har et overforbrug af søde og fede fødevarer. Forskellige individer har forskellige usunde praksisser, og yderligere undersøgelser vil angiveligt finde flere forbrugersegmenter og situationer med usunde hyggepraksisser, som der bør arbejdes på at ændre. Derfor er det essentielt, at der tages udgangspunkt i forskellige forbrugersegmenter i såvel den kreative udformning af kommunikationsmaterialet samt i selve eksekveringen.

Anbefaling 3.

Produktudvikling.

Producenterne har et stort ansvar for at udvikle eksisterende og nye produkter, der kan tilfredsstille forbrugernes behov for nydelse og god smag med et begrænset kalorieindtag. En del af denne udviklingsproces bør tage afsæt i smagsforskning, hvilket vil ruste producenterne til at tænke i nye baner frem for at blot at producere en light eller fedtfattig udgave af eksisterende produktkategorier, som i dag synes at være den mest revolutionerende produktudvikling. I trit hermed kan ekspertsystemets kokke, diætister, slankeeksperter mv. bidrage med nye retter, opskrifter og ideer til, hvordan sunde og smagfulde snacks og måltider kan tilberedes i køkkenet.

Anbefaling 4.

Hyggesituationer uden for hjemme.

Denne afhandling har primært koncentreret sig om hygge i hjemmet, hvilket interviewpersonerne omtalte, som den mest gængse hyggesituation. På arbejdspladsen og i institutioner skabes hyggesituationer sandsynligvis gennem andre praksisser, hvilket kort berøres i analyserne, men det er muligvis også situationer, hvor sundere praksisser kan etableres. Derfor bør der fra myndighedernes side arbejdes mere med at forstå hyggepraksisser uden for hjemmets fire vægge, for på længere sigt at kunne arbejde mere specifikt med disse situationer.

En generel betragtning er ønsket om et tværfagligt samarbejde. Myndigheder, producenter, medier og ekspertsystemer bør koordinere og samarbejde på tværs, med tiltag der kan inspirere, rådgive og uddanne forbrugerne til sundere praksisser. Tiltag som tager udgangspunkt i, hvordan hygge i fællesskabet etableres, og med det afsæt giver forbrugerne viden om nye produkter, retter og aktiviteter, der på positiv vis kan bidrage til hyggesituationen, og samtidig tilfredsstiller behovet for nydelse og god smag.

Kapitel 14

Diskussion, konklusion og perspektivering

I afhandlingens sidste kapitel præsenteres og diskuteres de fundne teoretiske og empiriske resultater i lyset af de metodemæssige fremgangsmåder, som har været udgangspunktet for den viden, der løbende er produceret. I forlængelse heraf sammenfattes resultaterne i en konklusion og perspektiveres i forhold til de fremtidige forskningsmuligheder, som afhandlingen åbner op for.

Diskussion

Inden diskussionen af afhandlingens teoretiske og empiriske resultater, vil jeg tage et skridt tilbage og reflektere over min tilgang til afhandlingens problemstilling, og den måde viden er produceret på ved brug af udvalgte metoder. I afhandlingen er gjort brug af en spørgeskemaundersøgelse og et fokusgruppeinterview, der i kombination har sin styrke ved, at belyse et komplekst og multidimensionalt fænomen, som hygge, fra flere forskellige vinkler, hvilket har produceret viden om hyggefænomenets forskellige dimensioner (Miles og Huberman, 1994; Riis, 2001; Halkier, 2002).

Spørgeskemaundersøgelsen blev iværksat tidligt i afhandlingens forløb med henblik på at afdække dele af hyggefænomenet samt med et eksplorativt sigte, da resultaterne af spørgeskemaanalysen videreføres til den kvalitative undersøgelse. Spørgeskemaundersøgelsen har bidraget med en interessant viden i forhold til hyggefænomenets konstituering, samt givet en indsigt i

fødevareforbruget ved forskellige stemningsbestemte sociale konstellationer. Men spørgeskemaundersøgelsen har sin naturlige begrænsning i at bestå af prædefinerede kategorier, som for eksempel fikseringen på de seks situationer samt de udvalgte fødevarer og hyggeelementer, der afgrænser deltagerne fra at byde ind med egne bidrag og erfaringer. Deltagernes subjektive holdninger kunne have været imødekommet ved at have åbne svarkategorier i spørgeskemaet, hvilket imidlertid ikke blev brugt.

Dataindsamlingsmetoden, som har resulteret i at 258 deltagere udfyldte spørgeskemaet, blev foretaget ved hjælp af 'snebold-metoden', hvor spørgeskemaet via mail blev distribueret til hele mit netværk, som sendte spørgeskemaet videre til deres kontakter osv. (Schmidt og Hollensen, 2006). En af konsekvenserne ved at benytte denne metode er, at spørgeskemaet ikke kommer ud til et repræsentativt udsnit af den danske befolkning, og besvarelserne derfor er behæftet med en vis bias og mindre variation i forhold til udvalgte områder, som eksempelvis deltagernes geografiske placering og alder. Det giver sig blandt andet til udtryk i den aldersmæssige fordeling af undersøgelsens deltagere, hvor enkelte aldersgrupper (primært de ældre) er så svagt repræsenterede, at der ikke kan laves specifikke analyser i forhold til disse aldersgrupper.

I de seks situationer, som spørgeskemaundersøgelsen er bygget op om, har hensigten været at lave fyldestgørende historiebeskrivelser, så essensen af historierne fremstod klart for spørgeskemadeltagerne. Det kan naturligvis ikke undgås at deltagerne drager paralleller til egen livsverden, og der vil angiveligt være forskel på deltagernes fortolkning af de seks historier. Dialogen i fokusgruppeinterviewet indikerer, at 'kolleger' er et vidtstrakt begreb. Det kollegiale sammenhold varierer meget fra arbejdsplads til arbejdsplads, og påvirkes af blandt andet den arbejdsmæssige struktur, og de indbyrdes magtforhold kollegerne imellem. Derfor må det også formodes, at den sociale kollegiale situation i spørgeskemaet er en af de situationer, der kan fortolkes på forskellige måder.

Til hver af de seks situationer præsenteres spørgeskemadeltagerne for 15 forskellige udvalgte fødevarer, der er placeret inden for tre ernæringsmæssige kategorier. Resultatet af den kvantitative analyse viser, at de usunde fødevarer, som kage, chips, slik og sodavand danner en faktor, og endvidere er udslagsgivende i forhold til deres egnethed i de seks situationer. Kage, chips, slik og sodavand er, i modsætning til de øvrige fødevarer i undersøgelsen, kendetegnede ved at være

fødevarer, som ikke kræver tilberedning eller særlig anretning. Flere af de øvrige fødevarer, som eksempelvis kylling, kartofler, sovs, oksekød og pasta, kan tilberedes på mange måder, hvorigennem fødevarerne tilføres værdi, og symbolske betydninger inkorporeres i fødevarerne. Der sker en transformering fra natur til kultur (Lévi-Strauss, 1966, 1994). Dette essentielle aspekt, er der ikke taget højde for i spørgeskemaundersøgelsen, og det kan virke misvisende at præsentere en så forsimplet tilgang til fødevarerne. I forlængelse af denne diskussion kunne det endvidere være interessant at undersøge forskellige aspekter af tilberednings- og serveringspraksisser i et situationelt perspektiv.

Fokusgruppeinterviewet tog over hvor spørgeskemaundersøgelsen slap, og der blev taget fat på mange af de problematikker, som resultaterne af spørgeskemaanalysen ikke gav dybdegående svar på. Spørgeskemaundersøgelsen koncentrerede sig om den hjemlige hygge og det relaterede fødevareforbrug. Analysen af fokusgruppeinterviewet tilførte yderligere viden til mange af resultaterne fra spørgeskemaanalysen, og åbnede også op for nye emner, som blandt andet hyggens etablering i og uden for hjemmet, og de fødevarer, som med naturlighed, serveres i hyggen. Netop hyggesituationers etablering uden for hjemmet er et område, som er interessant, eftersom en stor del af individers hverdagsliv finder sted uden for hjemmet.

Resultaterne af fokusgruppeinterviewet er baseret på fortolkninger af de seks interviewpersoners egne fortællinger, og der kan derfor ikke siges noget om udbredelsen af de oplevelser og tendenser, som analysen frembringer. Formålet med at udvælge netop disse seks personer med forskellige socialhistoriske baggrunde, var ønsket om at få adgang til varierede opfattelser af hyggefænomenet og de behæftede praksisser, men også *"[...] at producere data om mønstre i indholdsmæssige betydninger i gruppers beretninger, vurderinger og forhandlinger. Fokusgrupper er også gode til at producere data om, hvordan sociale processer fører til bestemte indholdsmæssige fortolkninger. Og fokusgrupper er gode til at producere data, som belyser normer for gruppers praksisser og fortolkninger."* (Halkier, 2002:112). Og det må siges at være lykkedes. Fokusgruppeinterviewet åbnede op for forskellige forståelser af hyggefænomenet, hvor det på tværs af de seks personer, var muligt at identificere flere fælles træk i de betydningskonstruktioner og praksisopfattelser, der relaterer sig til hyggesituationer.

Som beskrevet i kapitel 10, hvor fokusgruppeinterviewets gyldighed og troværdighed diskuteres, så er de sociale fænomener, fortolkninger og praksisser, som fremkommer i analysen, kontekstafhængige og kulturbundne, og der kan derfor ikke foretages en større generalisering fra de enkelte eksempler til hele Danmarks befolkning. Det kan blot konstateres, at de etablerede betydningsdannelser og mønstre eksisterer i en større eller mindre udstrækning (Kvale, 1996). Udbredelsen af de etablerede betydningsdannelser og mønstre vil en efterfølgende kvantitativ undersøgelse formodentligt kunne give svar på.

Bourdieu (1990, 1984, 2005) og Schatzkis (1996, 2001) praksisteori er anvendt som teoretisk fortolkningsramme i analysen af den kvalitative empiri. De to praksisteoretikere supplerer hinanden godt, da de fokuserer på forskellige aspekter af praksisforståelsen. Schatzki har en meget operationel tilgang til praksisser, og det er Schatzkis konkrete praksisforståelse og definitioner, i form at opdelingen mellem *integrative practices* og *dispersed practices*, som der gøres brug af i analyserne. Bourdieus praksisteori er derimod en omfattende samfundsteori, hvor samfundsstrukturelle anskuelser bruges til at belyse individets praksisser. Bourdieu arbejder med mange forholdsvis komplekse teoretiske koncepter, der kan være vanskelige at overføre direkte på det empiriske materiale, hvor det kan virke voldsomt at bruge et så stort analyseapparat til empiri af en størrelse, som i denne afhandling. I analysen relateres der løbende til mange af Bourdieus analyseresultater, der er af interesse for denne afhandling, men som analyseværktøj gøres der primært brug af Bourdieus praksisforståelse, der fokuserer på individers praksisser, som udspringer af den sociale placering i samfundet.

Bourdieus (1984) klasseanskuelser er funderet i det franske samfund i 1960'erne og afspejler store forskelle socialklasserne imellem, som angiveligt ikke kan findes i det danske samfund. Socialklassebegrebet har været til stor diskussion gennem tiderne, og der findes i dag forskellige forståelser af, hvordan individers tilhørsforhold til en given klasse vurderes (Henry, 2005; Henry og Caldwell, 2008; Holt, 1998; Allen, 2002). Det danske samfund er kendetegnet ved at have en stor middelklasse, og trods stigende sociale uligheder og større klasseskel, så negligerer jeg den metode, der er brugt til at inddele danske individer i de eksisterende socialgrupper, som blandt andet flere store danske forbrugerundersøgelser gør brug af (ATV, 2007; Kjøller et al., 2007). Jeg bekender mig til Bourdieus klassekarakteristika i positioneringen af de seks interviewpersoner, som indgår i fokusgruppen. Det betyder også, at jeg vælger at udlede de seks personers relative positionering ud

fra personernes demografiske karakteristika i samspil informationer om deres fortid, nuværende liv, fremtid, interesser og generelle holdninger.

I mine data viser det sig, at der er forskelle på fødevarepraksis afhængig af individets sociale placering. Endvidere er den sociale påvirkning og etikette for korrekt adfærd også divergerende, afhængig af interviewpersonernes kapitalbesiddelse og afledt heraf sociale tilhørsforhold. I fokusgruppeinterviewet blev der skabt en indsigt i bestemte praksisser, betydningsdannelser og mønstre, hvis udbredelse eventuelt kan undersøges. I tilfælde af yderligere undersøgelser, er det nødvendigt at tage højde for en eventuel bias i forhold til Bourdieus klasseforståelse, som givetvis ikke harmonerer direkte med den metode, som ligger til grund for den anvendte socialklasseinddeling af danske forbrugere. Der kan ikke laves en direkte overgang fra Bourdieus klasseinddeling til de socialgrupper, som allerede er etableret i det danske samfund uden en nærmere indsigt i de bagvedliggende forhold, der ligger til grund for klassificeringen.

Resultaterne af første del af den kvalitative analyse (kapitel 11), der belyser hyggefænomenet, gør ikke fuldt brug af praksisteorien, som først tiltænkt. Undervejs i analyseprocessen blev det tydeligt, at forståelsen af hyggefænomenet var forholdsvis ensartet på tværs af de seks interviewpersoner, og derfor var det ikke muligt, at bruge Bourdieus praksisteori til fulde. Der var ikke store og markante forskelle på de seks interviewpersoners forståelse af hyggefænomenet, som eventuelt kunne spores tilbage til den enkelte interviewpersons sociale og historiske livsbetingelser. De fem temaer som fremkommer af analysen, Fællesskab og individualisme, Tidsperspektiv, Nærvær, Afslapningens monotoni og Den gode stemning, er dog alle funderet i en praksisforståelse, da individet gennem praksisser forener disse fem elementer og skaber grundlaget for hygge. I den efterfølgende analyse, som præsenteret i kapitel 12, kom Bourdieu mere til sin ret.

I denne afhandling er individers praksisser, i konstitueringen af hygge, belyst gennem et fokusgruppeinterview. Blandt forskere er der delte meninger om, hvorvidt metoder der genererer sproglige udsagn, kan anvendes til at anskueliggøre individers praksisser. Bourdieu forholder sig kritisk til brugen af disse metoder, da han mener, at praksisser ikke alene kan analyseres på baggrund af sproglige udsagn. Individer gør mere, end de er bevidste om, og derfor er der ikke altid overensstemmelse mellem, hvad de siger og gør (Wilken, 2005). For Bourdieu er praksisser nonverbale og kropslig indlejrede, hvilket gør det vanskeligt for individer at sætte ord på praksis.

Dette er Schatzki (1996, 2001) ikke helt enig i, da essensen i hans praksisforståelse er samspillet mellem at sige og gøre, og det er i sammenhængen mellem tanker og handling, at praksis udspringer. Overbevisninger er en naturlig del af praksis, hvor praksis forener det at sige og gøre (Schatzki, 1996, 2001). Individets overbevisninger er forankrede i individers praksisser, og det er netop disse overbevisninger og forståelser, som fokusgruppeinterviewet giver adgang til. Der vil angiveligt være situationer, hvor der er uoverensstemmelse mellem det individet siger og gør. Men når det alligevel er interessant at høre individers fortællinger om egne forståelser og praksisser, så skyldes det, at disse fortællinger afspejler de betydninger, de tillægger forskellige handlinger. For at få adgang til en viden, som ikke nødvendigvis produceres gennem sproglige udsagn, er der i fokusgruppeinterviewet gjort brug af nonverbale teknikker i form af kollagekonstruktion og observationer, som har givet en yderligere viden inden for området.

Der kan argumenteres for, at interviewpersonerne ved et fokusgruppeinterview forsøger at vise sig fra deres bedste side, og derfor fremsætter positive udsagn om egne forståelser og adfærd. Det synes umiddelbart ikke at være tilfældet ved dette fokusgruppeinterview, hvor der var god sammenhæng i interviewpersonernes respektive fortællinger, hvilket også kan tilskrives det lettilgængelige omdrejningspunkt for interviewet. Hygge er ikke umiddelbart behæftet med overbevisninger og praksisser, som interviewpersonerne måtte have et ønske om at skjule.

Konklusion

Formålet med nærværende afhandling er at give en indsigt i senmodernismens tendenser og betingelser for fødevareforbruget, og i forlængelse heraf, undersøge forbrugspraksis i hyggesituationer. Det gøres først ved at skabe en forståelse for hyggefænomenet og de betydninger, individer tillægger hygge, og dernæst undersøge de fødevarepraksisser, der eksisterer i hyggelige situationer.

Senmodernismen er betegnelsen for det paradigmeskift, der karakteriserer samfundsudviklingen i de vestlige samfund. Et paradigmeskift, der har resulteret i nye betingelser for individets adfærd og forbrug. Markedet er kendetegnet ved at være langt mere dynamisk end tidligere, hvor en øget globalisering og et stigende informationsflow medfører, at individet i dag konfronteres med en mangfoldighed af tilbud og muligheder, der skal tages stilling til (Giddens, 1990, 1991). Til- og

fravalg kan opleves som en kompleks affære, da de mange livsstilsmuligheder åbner op for en øget refleksion over de valg, der træffes. Forbruget er blevet refleksivt. Gennem forbrug manifesteres livsstilen, og derigennem viser individer omgivelserne, hvem de er (ibid.). Den ønskede selvidentitet kreeres og kommunikeres gennem forbrug, hvor især kroppen er bærer for symbolske værdier, der illustrerer et tilhørsforhold til nogle grupper i samfundet og afstandtagen til andre grupper. Kroppen er en vigtig del af individets selvidentitetsprojekt, hvor senmodernismens øgede kropsfiksering har medført, at det slanke kropsideal sidestilles med den perfekte krop og det sunde liv, samt individets evne til at kontrollere de mange hedonistiske tilbud, som hverdagen byder på (Lupton, 1996).

Sundhed er kommet på dagsordenen som et allestedsnærværende fænomen. Forbrugerne overvældes med divergerende sundhedsinformationer med et naturligt link til anbefalinger og gode råd om korrekt fødevareforbrug og livsførelse. Sundhed og fødevarer er blevet uadskillelige termer, der tillægges betydninger i kraft af den gennemtrængende kommunikation fra samfundets diskursskabende aktører, som myndigheder, producenter, medier og ekspertsystemer. Med kakofoniske udsagn bidrager disse aktører til forbrugernes konstruktion af forskellige sundheds- og fødevareoverbevisninger. Gennem forskellige disciplineringsinstanser forsøger myndighederne at skole forbrugerne til at leve efter de officielle otte kostråd og fremhæver, at forbrugernes sundhed er et fælles anliggende med et fælles ansvar.

Senmodernismen har skabt endeløse forbrugsmuligheder. Når et ønske er opfyldt, opstår der en nyt (Baudrillard, 1996; Campbell, 1987). Stigende velstand har resulteret i, at de fysiske og basale behov for længst er opfyldt. Forbrugere spiser ikke kun for at tilfredsstille sult, men for et utal af andre kulturelle og sociale grunde, som nydelse, fornøjelse, status, socialisering og for den gode oplevelse. Det hedonistiske aspekt af fødevareforbruget har vundet indpas og medfører, at individer prioriterer nydelse og den gode smag – en nydelse, der ofte findes blandt mindre ernæringsrigtige fødevarer. Den gode smag konstrueres i fællesskabet og finder især sin berettigelse i forskellige situationer, som ferier, weekenden, særlige begivenheder og ved hyggelige, uformelle sociale lejligheder, hvor nydelse af god mad og drikke er en naturlighed (Luomala et al., 2004, 2006). Fødevarer indtager en naturlig del af sociale sammenkomster, hvor individer gennem indkøb, tilberedning og servering af bestemte fødevarer synliggør den betydning, sammenkomsten og den

sociale relation tillægges. Det betyder også, at forbruget af fødevarer er situationsbestemt og tilpasset den sociale kontekst.

I en travl hverdag bliver det fælles måltid samlingspunktet, hvor familien samles omkring bordet og drøfter hverdagens små og store begivenheder. Det fælles måltid er ofte genstand for den hyggelige sammenkomst med familie og venner, hvor man sætter sig omkring bordet og spiser og drikke i timevis (Knudsen, 1996). De hyggelige sammenkomster er frirummet fra hverdagens stress og jag, hvor særlige hedonistiske fødevarepraksisser træder i karakter.

Afhandlingens empiriske analyser viser, at det danske kulturelle hyggefænomenet er mere komplekst end som så, men på tværs af individer med forskellige sociale positioner, synes der dog at være en forholdsvis ensartet forståelse af hyggefænomenet, og de forskellige betingelser som hyggen opererer under. Forståelsen af hygge kan henføres til fem overordnede temaer/elementer, som i kraft af deres tilstedeværelse udgør et godt fundament for at etablere en hyggelig situation. De fem temaer er: Fællesskab og individualisme, Tidsperspektivet, Nærvær, Afslapningens monotoni og Den gode stemning. De fem temaer er indlejret i hinanden og indbyrdes afhængige.

Tidsperspektivet og *nærvær* udgør grundlaget for hyggen og de øvrige elementer. Hygge tager tid og fungerer som frirummet fra hverdagens travlhed. Etablering af hygge kræver at der sættes tid af til det, og tiden bliver kvalitativ anderledes. Tidsdimensionen er årsagen til, at hygge ofte finder sted i weekender og til højtider, der ikke er underlagt hverdagens tidsskema. Endvidere kræver hyggesituationer mere end blot en fysisk tilstedeværelse, men også en mental tilstedeværelse. Nærvær er vigtigt i hyggesituationer, og det betyder, at man ofte ikke behøver at kommunikere sammen, da den fysiske og mentale tilstedeværelse er nok til, at en hyggelig tilstand opstår.

Når tiden og nærværet er på plads kan hyggen udspille sig i fællesskabet eller eget selskab – *Fællesskab og individualisme.* Resultaterne af begge empiriske analyser indikerer, at hygge kan etableres i eget selskab, som i fællesskabet, men der er en klar forståelse af, at hygge bedst etableres i sociale omgivelser med tætte relationer, som venner og familie. I fællesskabet er det de trygge og uformelle rammer i selskab med venner og familie, som danner grundlaget for hygge. Hygge finder i mindre grad sted med kolleger, men det er ikke den samme hygge, og samtidig kan et skævt autoritetsforhold gøre det svært at etablere hygge. Hygge i eget selskab er kendetegnet ved at være

egen tid, hvor der laver en aktivitet, som man holder af. Det kan være at læse en god bog, se film, gå tur, shoppe, lave ombygningsprojekter osv.

Spørgeskemaanalysen viste en tendens til, at kvinder angiveligt oplever hyggelige sociale situationer relativt mere hyggelige end mændene. En tendens, som givetvis kan tilskrives kønnenes forskellige roller i hjemmet, hvor kvinderne ofte har ansvaret for at samle familien og vise omsorg (DeVault, 1991; Charles og Kerr, 1988; Murcott, 1982).

I både den fælles og individuelle hygge gælder, at eventuelle aktiviteter, som foregå i afslappet tempo og heraf kategorien: *Afslapningens monotoni.* Hygge er en afslappet tilstand, så derfor skal de aktiviteter, der foretages, ikke være for fysisk eller mentalt ufordrende. Hygge udspilles inden for individers komfortzone, hvor vaner og praksisser fastholdes af frygt for at skabe disharmoni og ødelægge hyggen.

Den gode stemning er det sidste der skal være til stede for det samlede fundament for hygge er skabt. Stearinlys, dæmpet belysning, levende ild og brændeovn er alle elementer, som bidrager til at skabe den gode stemning, når vi mødes til hyggeligt samvær. Samtidig er en lun sommeraften, hvor solen er på retur, samt en kold vinterdag under dyner eller tæpper i sofaen også seancer, hvor den gode stemning skabes i kraft af udefrakommende elementer. Foruden de fysiske rammer, så kræver hygge også en uformel, afslappet og harmonisk stemning, der ikke må være præget af stress. Konsensus synes at være en betingelse for hyggen, og det betyder, at holdningsstærke samtaleemner som politik, økonomi, religion og børneopdragelse kan åbne op for uenigheder og konflikter, så disse emner bør man være varsomme med at bringe op.

Den kvantitative og kvalitative analyse bekræfter fødevarernes vigtige rolle i hyggesituationer, som limen der binder mennesker sammen i et fællesskab, hvor individuelle behov tilsidesættes for fælles behov og præferencer. Men fødevarer fungerer som mere end bindemiddel i sociale situationer, da fødevarer også bidrager til at skabe et nærvær om en fælles, velkendt og afslappet aktivitet samtidig med at fødevarer, som især alkohol, også bidrager til den gode, opløftede og hæmningsløse stemning.

På tværs af socialgrupper udgør mad og drikke en væsentlig del af hyggen, men hos interviewpersonerne i de øvre sociale lag gives der udtryk for, at fødevarepraksisser i hyggesituationer er underlagt en stram etikette for passende og upassende adfærd. Der bruges ekstra tid på indkøb og tilberedning af middagen, og det er vigtigt, at maden påskønnes, samt at alle ved bordet tager ligeligt for sig af retterne. Endvidere drikkes der store mængder alkohol, som det ikke er acceptabelt at takke nej til, af frygt for at ligge en dæmper på den gode stemning og derved bringe hyggen i fare. Der eksisterer en social forståelse af, at hyggen ikke vil være den samme, hvis alkoholforbruget mindskes eller helt udelukkes. Spørgeskemaanalysen viser, at alkohol hører til sociale lejligheder, og det findes lige passende at servere ved forskellige sociale konstellationer, som hygge med familie, venner og kolleger.

Foruden alkohol så indtages usunde fødevarer, som slik, chips, kage og sodavand med stor naturlighed, når mennesker samles til hygge. De empiriske undersøgelser bekræfter, at usunde fødevarer generelt findes mere passende at spise ved sociale hyggelige lejligheder end i eget selskab. Især blandt familie og venner finder det hedonistiske forbrug sted. I modsætning til interviewpersonerne fra de øvre sociale lag, som er underlagt en streng etikette vedrørende alkohol, så oplever interviewpersonerne fra lavere sociale grupper ikke samme sociale pres i hyggen, men erkender, at der er et stort forbrug af sukkerholdige og fede fødevarer, som er vigtige for hyggens konstituering. En tendens, der ikke i samme udstrækning findes hos de kapitalstærke interviewpersoner.

Resultaterne af den kvalitative analyse viser, at interviewpersonerne er enige om, at hygge opleves som sundt for sindet, men fysisk usundt, da der eksisterer for mange usunde fødevarepraksisser, som fordrer for stort indtag af alkohol og usunde fødevarer. Men interviewpersonerne tilkendegiver, at det øgede fokus på sundhed i samfundet skaber løbende forandringer, der med tiden og generationsskiftet vil sikre nye fødevarepraksisser i hyggen. Med en indsats fra myndigheder, producenter, eksperter og medier kan der arbejdes på at forskyde fødevarepraksisser i hyggen mod en sundere opfattelse af de fødevarer, som findes passende at servere i hyggelige sociale situationer, ved blandt andet at rekonstruere den sociale forståelse af den gode smag og nydelse. I den forbindelse kan der tages udgangspunkt i udvalgte hyggesituationer og arbejdes med forskellige målgrupper, så kommunikationsindsatsen bliver mere målrettet.

Perspektivering og fremtidig forskning

Resultaterne i nærværende afhandling har flere muligheder for videre granskning, men også løbende gennem afhandlingen er interessante områder blevet berørt, hvor spørgsmål og nye problemstillinger udspringer og ligger op til fremtidig forskning. Jeg vil med inspiration fra det samfundsmæssige aspekt, som har været et gennemgående element i denne afhandling, og en forholdsvis praktisk tilgang, præsentere nogle af de videre forskningsmuligheder, som afhandlingens resultater inspirerer til.

Hyggefænomenet har været genstandsfelt for denne afhandling, hvor der er åbnet op for interessante aspekter af dette forholdsvis uudforskede kulturelle fænomen. Den hjemlige hygge med familie og venner danner udgangspunktet for spørgeskemaundersøgelsen og bliver også hurtigt omdrejningspunktet for meget af snakken i fokusgruppeinterviewet, da denne hyggesituation blandt interviewpersonerne opfattes, som den mest gængse. Hygge på arbejdspladsen i form af fælles morgenmad nævnes kort, da også denne hyggesituation synes at være behæftet med usunde praksisser, som diskuteres af interviewpersonerne. Ud fra et sundhedsmæssigt perspektiv vil det være interessant at se nærmere på, hvordan hygge på forskellige måder etableres på arbejdspladser, hvor individer bruger en stor del af dagen. Det må formodes, at der også ved hyggelige lejligheder i arbejdsregi udspiller sig særlige fødevarepraksisser, som er interessante at få en større indsigt i. Netop denne problemstilling er interessant i en tid, hvor mange virksomheder har stort fokus på medarbejdernes trivsel og sundhedstilstand, og med forskellige tiltag forsøger at forbedre virksomhedens arbejdsmiljø.

Begrebet hygge er behæftet med adskillige positive associationer, som eksempelvis afslapning, komfort, overskud, fritid, god stemning og nydelse af god mad og drikke, og bruges også i relation til andre begreber, hvor begrebets betydninger overføres. Interviewpersonerne nævner blandt andet hyggevolley, hyggetæppe, hyggekrog. Afhandlingens undersøgelser bekræfter, at der synes at være en meget ensartet opfattelse af, hvad hyggebegrebet indeholder på tværs af meget forskellige individer. Begrebet er stærkt forankret hos danske individer, og kan meget vel udnyttes mere målrettet i markedsføring af nye forbrugsgoder. Især inden for fødevaremarkedet vil det være interessant at undersøge de associationer og betydninger, som forbrugerne tillægger eventuelle nye produkter eller produktlinjer behæftet 'hygge'.

Et af de områder som også ligger op til yderligere forskning, er smagsbegrebet. Undersøgelser viser, at der er en tæt forbindelse mellem oplevelsen af den gode smag og usunde fødevarer, således at usunde fødevare vurderes at have en bedre smag (Raghunathan, 2006). Hvis vi ønsker, at nydelse og den gode smag skal kunne findes i sundere fødevarer, er vi nødt til at få en større indsigt i de mange facetter af smagsbegrebet og forstå individers oplevelse af den gode smag. En sådan indsigt vil gøre det muligt for producenter at producere nye fødevareprodukter, der er sundhedsmæssige forsvarlige og appellerer til forbrugerne i hedonistiske forbrugssituationer.

I afhandlingens teoretiske afsnit er de situationsmæssige aspekter af fødevarepraksisser og forbrug blevet berørt, hvor tidligere undersøgelser bekræfter de stærke situationelle kræfter, som spiller ind på individers forbrug af fødevarer (Clendenen et al., 1994; Salvy et al., 2007; Belk, 1974, 1975; Marshall, 1993; Marshall og Bell, 1993; Kristensen og Holm, 2006; Blake et al., 2007). I et samfundsmæssigt perspektiv er det yderligere interessant at undersøge, hvorvidt der er andre situationer, som hygge, der foranlediger indtag af usunde fødevarer. Er der andre situationer i løbet af individers dag/uge, hvor forbrug af usunde fødevarer især finder sted? I et samfund med stigende fokus på forbrugernes sundhedstilstand er det interessant at forstå de situationsmæssige aspekter, som er styrende for forbrugernes fødevareforbrug. Der bør fokuseres på forskellige segmenter, da der angiveligt er stor forskel på forbrugspraksis individer imellem. Interessante områder er ligeledes unges fødevarepraksisser i relation til snacks/mellemmåltider i løbet af en dag eller enlige mænds fødevarepraksisser i forbindelse med aftenmåltidet.

Der er mange interessante aspekter af individers fødevareforbrug, som fremtidig forskning kan koncentrere sig om. Som der tidligere i afhandlingen er redegjort for, så har senmodernismen og samfundsudviklingen resulterede i løbende forskydninger i individers fødevareforbrug, så individer i dag spiser flere små måltider i løbet af en dag på bekostning af tre store daglige måltider. Måltidbegrebet er blevet forskudt, og det vil være interessant at få en større indsigt i, hvordan forskellige individer forstår måltidsbegrebet og de fødevarer og praksisser, som i dag hører sig et måltid til.

En stor del af fødevareforskningen koncentrerer sig om fødevarer som socialt konstituerende, men som beskrevet i relation til figur 12.1, så har fødevarer også indflydelse på andre situationsaspekter. Et forskningsmæssigt potentiale ligger i at forstå fødevarernes rolle som mere end socialt

bindemiddel, og eksempelvis konstituerende for den gode stemning eller et bestemt nærvær/tidsrum, som netop er kendetegnet ved spisning som social aktivitet.

… I bagklogskabens ulideligt klare lys

En afsluttende refleksion kan ikke undgås i kølvandet på tilblivelsen af denne afhandling, som har været en iterativ proces, der har været svær at stoppe i en erkendelse af, at der altid kan gøres lidt mere. En del af selve ph.d.-forløbet er netop at værdsætte, at ny viden skabes gennem hele forløbet og åbner op for nye muligheder og sidespring undervejs. Det betyder selvfølgelig også, at afhandlingen på godt og ondt ville tage sig anderledes ud, hvis jeg med min nuværende viden inden for området skulle starte på ny. Det er vilkårene for videnskabeligt arbejde!

Det har været spændende og lærerigt at være en del af et større forskningsprojekt, hvor jeg har haft stor glæde af den faglige sparring og de mange interessante opgaver, som er fulgt med projektet. At genstandsfeltet var givet på forhånd, ser jeg som en fordel, da det faglige område fra start havde min store interesse. Til gengæld har det været en udfordring at fravælge de mange spændende problemstillinger og opgaver, som undervejs blev genereret på projektet, og finde egne veje, der ikke nødvendigvis inkluderede de mange data, som projektet producerede. Data, der endte med at være springbrættet til min problemstilling og udformning af afhandlingens undersøgelser. Det tog lidt tid at finde eget ståsted og navigere i kakofonien kommende fra to engagerede vejledere med fødderne solidt plantet i to vidt forskellige forskningspositioner.

Et af de områder som jeg ikke kan dy mig for at knytte et par korte kommentarer til, er mit valg af undersøgelsesmetoder. Kombinationen af kvantitativ og kvalitativ empiriindsamling har bestemt givet nogle interessante resultater, og åbner ved afhandlingens slutning op for lysten til at lave en ny kvantitativ undersøgelse, der har til hensigt at undersøge udbredelsen af de tendenser, som blev tydelige i analyserne af fokusgruppeinterviewet. Desuden er jeg heller ikke i tvivl om, at et rent kvalitativt undersøgelsesdesign kunne have været frugtbart til at belyse et kulturelt fænomen som hygge.

Konklusionen må være, at der er masser af fremtidig forskning at tage fat på.

Referencer

Andersen, N.Å. (1999). Diskursive analysestrategier. København: Forlaget Nyt fra Samfundsvidenskaberne.

Allen, D.E. (2002). Towards a Theory of Consumer Choice as Sociohistorically Shaped Practical Experience: The Fits-Like-a-Glove (FLAG) Framework. *Journal of Consumer Research,* 28, 515-532.

Ashley, B., J. Hollows, S. Jones og B. Taylor (2004). *Food and Cultural Studies*. London: Routledge.

Astrup, A., N. L. Andersen, S. Stender og E. Trolle (2005). *Kostrådene 2005.* Ernæringsrådet og Danmarks Fødevareforskning, 36. København: Ernæringsrådet.

ATV, (2007). Økonomiske virkemidler I ernæringspolitikken – et brugbart værktøj i indsatsen mod fedme og dårlig ernæring? *Akademiet for de Tekniske Videnskaber*.

Barker, R. G. (1968). *Ecological Psychology: Concepts and Methods for Studying the Environment for Human Behaviour*. Stanford: Stanford University Press.

Barthes, R. (1972). *Mythologies*. London: Paladin.

Barthes, R. (1979). Towards a Psychosociology of Contemporary Food Consumption. I: R. Forster og O. Ranum (Eds.), *Food and Drink in History,* 166-173. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Baudrillard, J. (1996). *The System of Objects*. London: Verso.

Becker-Christensen, C. (Eds.) (2006). Politikens Nudansk Ordbog. Forlaget Politiken.

Belk, R. (1974). An Exploratory Assessment of Situational Effects in Buyer Behavior. *Journal of Marketing Research,* 11 (maj), 156-163.

Belk, R. (1975). Situational Variables and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 2, 157-164.

Belk, R. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research,* 15, 139-168.

Berger, L.P. og T. Luckmann (1966). *Den sociale konstruktion af virkeligheden*. København: Akademisk Forlag.

Blades, M. (2001). Factors Affecting What We Eat. *Nutrition and Food Science*, 31, 71-74.

Blake, C.E., C.A. Bisogni, J. Sobal, C.M. Devine og M. Jastran (2007). Classifying Food in Contexts: How Adults Categorize Foods for Different Eating Settings, *Appetite*, 49, 500-510.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.

Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Oxford: Polity Press.

Bourdieu, P. (2005). *Udkast til en praksisteori.* København: Hans Reizels Forlag.

Boye, H., T. Hansen og T.U. Thomsen (2007a). Engender mental accounting: How cultural and social spheres affect consumer justification of hedonic food consumption. *Paper presented at the Nordic Consumer Policy Research Conference*. Helsinki Finland.

Boye, H., T.U. Thomsen og T. Hansen (2007b). Health Claims – a Solution to the Nutritional Cacophony?, *Paper presented at the 3rd International Conference of IREMAS*. Paris France.

Brown, S. (1993). Postmodern Marketing?. *European Journal of Marketing*, 27 (4), 19-34.

Brown, S. (1995). *Postmodern Marketing.* New York: Routledge.

Bryman, A. (1988). *Quantity and Quality in Social Research*. Routledge: New York.

Campbell, C. (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism.* Oxford: Basil Blackwell Ltd.

Carson, D., A. Gilmore, C. Perry og K. Gronhaug (2001). *Qualitative Marketing Research.* London: Saga Publications.

Charles, N. og M. Kerr (1988). *Women, Food and Families*. Manchester: Manchester University Press.

Chrzanowska, J. (2002). *Interviewing Groups and Individuals in Qualitative Market Research.* London: Saga Publications Ltd.

Churchill, G.A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*, 16 (februar), 64-74.

Clendenen, V., C.P. Herman, og J. Polity (1994). Social Facilitation of Eating Among Friends and Strangers. *Appetite*, 23, 1-13.

Coffey, A. og P. Atkinson (1996). Making Sense of Qualitative Data: Complimentary Research Strategies. Thousand Oaks: Saga Publications.

Crawford, R. (1984). A Cultural Account of "Health": Control, Release, and the Social Body. I: J. B. McKinlay (Eds.), *Issues in the Political Economy of Health Care*. London: Tavistock Publications Ltd.

Crawford, R. (1987). Cultural Influences on Prevention and the Emergence of a New Health Consciousness. I: N.D. Weinstein (Eds.), *Taking Care, Understanding and Encouraging Self-protective Behavior*. Cambridge: Cambridge University Press.

DeJong, W. og R.E. Kleck (1986). The Social Psychological Effects of Overweight. I: C.P. Herman, M.P. Zanna og E.T. Higgens (Eds.), *Physical Appearance, Stigma, and Social Behaviour: The Ontario Symposium*, 3, 65-87. Hillsdale.

DeVault, M. (1991). *Feeding the Family: the Social Organization of caring as Gendered Work.* Chicago: University of Chicago Press.

Dhar, R. og K. Wertenbroch (2000). Consumer Choices between Hedonic and Utilitarian Goods. *Journal of Marketing Research*, 37 (febuar), 60-71.

Douglas, M. (1970). *Natural Symbols: Explorations in Cosmology*. New York: Pantheon.

Douglas, M. (1999). Deciphering a Meal. I: M. Douglas (Eds.), *Explicit Meanings, Selected Essays in Anthropology*, 231-251. London: Routledge and Kegan Poul.

Douglas M. og M. Nicod (1974). Taking the Biscuit: The Structure of British Meal. *New Society*, 19 (december), 774-747.

Douglas M. og B. Isherwood (1979). *The World of Goods, Towards an Anthropology of Consumption*. New York: Basic Books.

du Gay, P., S. Hall, L. Janes, H. Mackay og K. Negus (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman.* London: Saga Publications.

Durkheim, É. (1970). *Suicide: A Study in Sociology*. London: Routledge and Kegan Poul.

Elias, N. (1970). *What is Sociology?*. London: Hutchson.

Engstrøm, H og H.H. Larsen (1987). *Husholdningernes butiksvalg: Indkøbsadfærd for dagligvarer.* København: Erhvervsøkonomisk Forlag.

Esmark, A., C.B. Laustsen og N.Å. Andersen (2005). Poststrukturalistiske analysestrategier – en introduktion. I: A. Esmark, C.B. Laustsen og N.Å. Andersen, *Poststrukturalistiske analysestrategier*, 7-40. København: Roskilde Universitetsforlag.

Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. McGraw-Hill.

Falk, P. (1994). *The Consuming Body*. London: Saga Publications Ltd.

Falk, P. (1996). Expelling Future Treats: Some Observations on the Magical World of Vitamins. I: S. Edgell, K. Hetherington og A. Warde, *Consumption Matters*, 183-203. Oxford: Blackwell Publishers.

Featherstone, M. (1990). Perspectives on Consumer Culture. *Sociology*, 24 (5), 5-22.

Firat, A.F. og A. Venkatesh (1995). Liberatory Postmordernism and the Reenchantment of Consumption. *Journal of Consumer Research*, 22, 239-267.

Firal, A.F. og C.J. Schultz (1997). Marketing and Marketing Strategy in the Postmodern Era. *European Journal of Marketing*, 31, 183-207.

Fischler, C. (1980). Food Habits, Social Change and the Nature/Culture Dilemma. *Social Science Information*, 19 (6), 937-953.

Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity. *Social Science Information*, 27 (2), 275-292.

Fornell, C. og D.F. Larcker (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 77-90.

Foucault, M. (1982). How Power is Exercised. I: L. Dreyfus og P. Rabinow (Eds.) *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics.* With an Afterword by Michel Foucault. The Harvester Press.

Foucault, M. (1983). The Subject and Power. I: H. L. Dreyfus og P. Rabinow (Eds.) *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics.* Chicago: University of Chicago Press.

Foucault, M. (1988). Technologies of the Self. I: L.H. Martin, H. Gutman og P.H. Hutton (Eds.), *Technologies of the self: A Seminar with Michel Foucault*, 16-49. London: Tavistock.

Foucault, M. (1991). Governmentality. I: G. Burchel, C. Gordon og P. Miller (Eds.). *The Foucault Effect: Studies in Governmentality.* Hempel Hempsted: Harvester Wheatshead.

Foucault, M. (2001). *Viljen til viden.* København: Hans Reitzel Forlag.

Foucault, M. (2005). *The Hermeneutics of the Subject. Lectures at the College de France 1981-1982*. New York: Palgrave MacMillan.

Gabriel, Y og T. Lang (1995). *The Unmanageable Consumer, Contemporary Consumption and its Fragmentation*. London: Saga Publications Ltd.

Garg, N., B. Wansink og J. Inman (2007). The Influence of Incidental Affect on Consumer' Food Intake. *Journal of Marketing*, 71, 194-206.

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline on the Theory of Structuration.* Cambridge: Polity Press.

Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity.* California: Stanford University Press.

Giddens, A. (1991). *Modernitet og selvidentitet: Selvet og samfundet under sen-moderniteten.* København: Hans Reizels Forlag.

Goffman, E. (1971). *Relations in Public.* Basic Books.

Goody, J. (1982). *Cooking, Cuisine, and Class*. Cambridge: University Press.

Gronow, J. (1991). Need, Taste and Pleasure: Understanding food and consumption. I: U. Kjærnes (Eds.), *Palatable Words*. Oslo: Solum Forlag.

Gronow, J. (1993). What is "good taste"?. *Social Science Information*, 32 (2), 279-301.

Gronow, J. og A. Warde (2001). Ordinary Consumption. London: Routledge.

Grosz, E. (1994). Inscriptions and body-maps: representations and the corporeal. I: T. Treadgold og A. Cranny-Francis (Eds.), *Feminine/Masculine and Representation*, 62-74. Sydney: Allen and Unwin.

Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson og R.L. Tatham (2005). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Halkier, B. (2002). *Fokusgrupper*. Frederiksberg: Samfundslitteratur og Roskilde Universitetsforlag.

Hansen, J. F. (1980). *We are a little country*. Arno Press Inc.

Hansen, T., H. Boye og T.U. Thomsen (2008). Post-purchase Stress in the Consumer Food Marketplace. *Paper presented at the 7th International Congress, Marketing Trends, ESCP-EAP*, Venice Italy.

Hansen, T. og T.U. Thomsen (2009). Consumer Food Health Competencies, Involvement and Body Mass Index. *Journal of Marketing Trends*, forthcoming.

Hansen, T., H. Boye og T.U. Thomsen (2009a). Post-purchase Stress in the Consumer Food Marketplace. *Journal of Marketing Trends*, 1(1), forthcoming.

Hansen, T., H. Boye og T.U. Thomsen (2009b). Involvement, competencies, gender and food health information seeking. *British Food Journal*, forthcoming.

Harris, M.B. (1986). *Good to Eat: Riddles of Food and Culture*. New York: Simon & Schuster.

Heede, D. (1992). *Det tomme menneske: Introduktion til Foucault.* København: Museum Tusculanum.

Henry, P. C. (2005). Social Class, Market Situation, and Consumers' Metaphors of (Dis)Empowerment. *Journal of Consumer Research,* 31, 766-778.

Henry, P. C og M. Caldwell (2008). Spinning the Proverbial Wheel? Social Class and Marketing. *Marketing Theory*, 8, 387-405.

Holbrook, M.B. og E.C. Hirschman (1982). The Experiential Aspect of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research,* 9 (september), 132-140.

Holm, L. (2001a). The Social Context of Eating. I: U. Kjærnes, *Eating Patterns. A Day in the Lives of Nordic People.* Norge: SIFO, Statens institut for forbruksforskning.

Holm, L. (2001b). Family Meals. I U. Kjærnes, *Eating Patterns. A Day in the Lives of Nordic People*. Norge: SIFO, Statens institut for forbruksforskning.

Holt, D. B. (1995). How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices. *Journal of Consumer Research,* 22 (juni), 1-16.

Holt, D. B. (1997). Post-Structuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption. *Journal of Consumer Research*, 23, 326-350.

Holt, D.B. (1998). Does Cultural Capital Structure American Consumption? *Journal of Consumer Research*, 25, 1-25.

Howarth, D. (2000). *Diskurs: En introduktion*. København: Hans Reizel Forlag.

Indenrigs- og Sundhedsministeriet (2007). *De samfundsøkonomiske konsekvenser af svær overvægt*. Indenrigs- og Sundhedsministeriet.

Jensen, A.F. og R.S. Hansen (2006). *Magtens Kartografi: Foucault og Bourdieu*. Viborg: Special-Trykkeriet Viborg.

Jensen, J.M. og T. Knudsen (2006). *Analyse af spørgeskemadata med SPSS.* Odense: Syddansk Universitetsforlag.

Kasmar, J.V. (1970). The Development of a Usable Lexicon of Environmental Descriptors. *Environment and Behaviour*, 2, 133-169.

Khare, R.S. (1980). Food as Nutrition and Culture: Notes Towards an Anthropological Methodology. *Social Science Information*, 19 (3), 519-542.

Kivetz, R. og I. Simonson (2002). Self-Control for the Righteous: Toward a Theory of Precommitment to Indulgence. *Journal of Consumer Research,* 29 (september), 199-217.

Kjøller, M., K. Juel og F. Kamper-Jørgensen (2007). *Folkesundhedsrapporten Danmark 2007.* København: Statens Institut for Folkesundhed.

Knudsen, A. (1996). *Her går det godt, send flere penge*. København: Gyldendal.

Kristensen, S.T. og L. Holm. (2006). Modern Meal Patterns: Tensions between Bodily Needs and the Organization of Time and Space. *Food and Foodways*, 14, 151-173.

Kruuse, Jens (1965). *En ø i et menneskeliv.* København: Politiken.

Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing.* Thousand Oaks: Saga.

Laclau, E. og C. Mouffe (1985). *Hegemony and Socialist Strategi, Towards a Radical Democratic Politics.* Great Britain: The Thetford Press Ltd.

Lakoff, G. og M. Johnson (1980). *Metaphors We Live By.* Chigago: The University of Chicago Press.

Landbrugsraadet (2007). *Nye tendenser i dagligvarehandlen.* København: Landbrugsraadet.

Landbrugsraadet (2008). Tema: atjuhh. *Foodculture,* 01, 16.

Lasch, C. (1977). Haven in a heartless world. New York: Basic Books.

Lascu, D. (1991). Consumer Guilt: Examining the Potential of a New Marketing Construct. *Advances in Consumer Research,* 18 (1), 290-295.

Lévi-Strauss, C. (1963). The Culinary Triangle. *New Society,* 22, 937-940.

Lévi-Strauss, C. (1994). *The Raw and the Cooked: Introduction to a Science of Mythology: 1*. London: Pimlico.

Luomala, H.T., P. Laaksonen og H. Leipätnaaet (2004). How Do Consumers Solve Value Conflicts in Food Choices? An Empirical Description and Points for Theory-building. *Advances in Consumer Research,* 31, 564-570.

Luomala, H.T., R. Paasovaara og K. Lehtola (2006). Exploring Consumers' Health Meaning Categories: Towards a Health Consumption Meaning Model. *Journal of Consumer Behaviour,* 5, 269-279.

Lupton, D. (1996). *Food, the Body and the Self.* London: Saga Publications.

May, T. (2001). *Social Research: Issues Methods and Process*. Buckingham: Open University Press.

McCracken, G. (1986). Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research*, 13, 71-84.

McCracken, G. (1988a). *The Long Interview*. Newbury Park: Sage Publications.

McCracken, G. (1988b). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities.* Bloomington: Indiana University Press.

McIntosh, A.W. (1996). *Sociologies of Food and Nutrition.* New York: Plenum Press.

Marshall, D. (1993). Appropriate Meal Occasions: Understanding Conventions and Exploring the Situational Influences on Food Choice. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 3 (3), 279-301.

Marshall, D. og A.S. Anderson, (2002). Proper Meals in Transition: Young Married Couples on the Nature of Eating Together. *Appetite*, 39, 193-206.

Marshall, D. og R. Bell (2003). Meal Construction: Exploring the Relationship between Eating Occasion and Location. *Food Quality and Preference*, 14, 53-64.

Mehrabian, A og J.A. Russel (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. The MIT Press, Mass.

Mennell, S. (1985). *All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present.* Oxford: Basil Blackwell.

Mennell, S., A. Murcott og H.A. Otterloo (1992). *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture.* London: Saga Publications.

Merleau-Ponty, M. (1963). *The Structure of Behavior*. Boston: Beacon Press.

Miles, M.B. og A. M. Huberman (1994). *Qualitative Data Analysis: an Expanded Sourcebook.* Thousand Oaks: Saga Publications.

Mintz, S. (1985). *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. New York: Viking.

Murcoot, A. (1982). The Cultural Significance of Food and Eating. Symposium on "Food Habits and Culture in the UK". *Proceedings of the Nutrition Society*, 41, 203-210.

Mäkelä J. (1991). Defining a meal. I: U. Kjærnes (Eds.), *Palatable Words*. Oslo: Solum Forlag.

Mäkelä, J. (2001). The Meal Format. I: U. Kjærnes (Eds.), *Eating Patterns. A day in The Lives of Nordic People*. Norge: SIFO, Statens institut for forbruksforskning.

Nicod, M. (1979). Gastronomically Speaking. I: M.R. Turner (Eds.), *Nutrition and Lifestyles*, Conference Proceedings of British Nutrition Foundation. London: Applied Science Publishers.

Norden, (2006). Et bedre liv gennem mad og motion. *Nordisk Ministerråd*. Århus: Aka-print A/S.

Nordic Plan of Action (2006). Health, food and physical activity – Nordic Plan of Action on better health and quality of life through diet and physical activity. *Nordic Council of Ministers*, ANP 2006:745.

Ochs, E. og M. Shohet (2006). The Cultural Structuring of Mealtime Socialisation. *New Direction for Children and Adolescent Development*, 111, 35-49.

Okada, E. (2005). Justification Effects on Consumer Choice of Hedonic and Utilitarian Goods. *Journal of Marketing Research*, 42 (febuar), 43-53.

Prättälä, R. (1991). Outlining Multidisciplinary Food Research, I: U. Kjærnes (Eds.), *Palatable Words*. Oslo: Solum Forlag.

Radcliffe-Brown, A.R. (1922). *The Andaman Islanders*. Cambridge.

Raffnsøe, S. (2002). *Sameksistens uden common sense*. København: Akademisk forlag.

Raffnsøe, S. og K.G. Oleson (2005). Smagens dannelse og dannelse af smagen. I: J. Lieberkind og B. Bergstedt (Eds.), *Dannelse mellem subjektet og det almene.* København: Danmarks Pædagogiske Universitets Forlag.

Raghunathan, R. (2006). The Unhealthy = Tasty Intuition and Its Effects on Taste Inferences, Enjoyment, and Choice of Food Products. *Journal of Marketing*, 70, 170-184.

Reckwitz, A. (2002). Towards a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theory. *European Journal of Social Theory,* 5, 243-262.

Reddy, P. G. (1998). *Danske Dilemmaer*. Grevas forlag.

Regeringen (2002). *Sund hele livet – de nationale mål og strategier for folkesundheden 2002-10.* København: Indenrigs- og Sundhedsministeriet.

Richards, A. (1932). *Hunger and Work in a Savage Tribe: A Functional Study of Nutrition among the Southern Bantu*. London: Routledge.

Richards, A. (1937). *The Food and Nutrition of African Natives.* London: International Institute of African languages and Culture.

Richards, A. (1939). *Land, Labour and Diet in Northern Rhodesia.* Oxford: Oxford University Press.

Riis, O. (2001). *Metoder på tværs, om forudsætninger for sociologisk metodekombination*. København: Juridisk- og Økonomforbundets Forlag.

Rose, N. (1999). *Powers of Freedom, Reframing Political Thought.* Cambridge: Cambridge University Press.

Roth, D.A., C.P. Herman, J. Polivy og P. Pliner (2001). Self-presentational Conflict in Social Eating Situations: A Normative Perspective. *Appetite*, 36, 165-171.

Rozin, P. (2005). The Meaning of Food in Our lives: A Cross-Cultural Perspective on Eating and Well-Being. *Journal of Nutrition Education and Behaviour,* 37, 107-112.

Salvy, S., D. Jarrin, R. Paluch, N. Irfan og P. Pliner (2007). Effects of Social Influence on Eating in Couples, Friends and Strangers. *Appetite,* 49 (1), 92-99.

Sassatelli, R. (2001). Tamed Hedonism: Choice, Desire and Deviant Pleasures. I: J. Gronow og A. Warde (Eds.), *Ordinary Consumption.* London: Routledge.

Schatzki, T.R. (1996). *Social Practices – A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social.* Cambridge: Cambridge University Press.

Schatzki, T.R. (2001). Practice Minded Orders. I: T.R. Schatzki, K.K. Cetina og E.V. Savigny (Eds.), *The Practice Turn in Contemporary Theory.* New York: Routledge.

Schmidt, M.J. og S. Hollensen (2006). *Marketing Research: An International Approach.* Harlow: Prentice Hall.

Sells, S.B. (1963), Dimensions of Stimulus Situations Which Accounts for Behavioural Variance. I: S. B. Sells (Eds.), *Stimulus Determinants of Behavior.* New York: Ronald.

Shilling, C. (1993). *The Body and Social Theory.* London: Saga Publications.

Thompson, C.J., W.B. Locander og H.R. Pollio (1989). Putting Consumer Experience Back into Consumer Research: The Philosophy and Method of Existential-Phenomenology. *Journal of Consumer Research*, 16, 133-146.

Thompson, C.J., H.R. Pollio og W.B. Locander (1994). The Spoken and the Unspoken: A Hermeneutic Approach to Understanding the Cultural Viewpoints That Underlie Consumers' Expressed Meanings. *Journal of Consumer Research*, 21, 432-452.

Thompson, C. J (1997). Interpreting Consumers: A Hermeneutical Framework for Deriving Marketing Insights from the Texts of Consumers' Consumption Stories. *Journal of Marketing Research*, 34 (november), 438-455.

Thompson, C.J. og M. Troester (2002). Consumer Value Systems in the Age of Postmodern Fragmentation: The Case of the Natural Health Microculture. *Journal of Consumer Research*, 28, 550-571.

Thomsen, J. P. F. (2002). Diskursanalyse. I: H. Andersen og L.B. Kaspersen (Eds.), *Klassisk og moderne samfundsteori.* København: Hans Reitzel forlag.

Thomsen, T.U. (2007). Det rationelle fødevarevalg. *Forskningsgruppen for forbrugeradfærds nyhedsbrev*, nr. 7 (forår), 5-8.

Turner, B. (1984). *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. Oxford: Basil Blackwell.

Turner, S. (1994). *The Social Theory of Practices: Tradition, Tacit Knowledge and Presupposition.* Cambridge: Polity Press.

Vallgårda, D. (2003). Studier af magtudøvelse: Bidrag til operationalisering af Michel Foucaults begreb govermentality. I: P.M. Christensen og L. Togeby (Eds.), *På sporet af magten*. Århus: Århus Universitetsforlag.

Vejlgaard, H. (2001). *Cool and hip marketing: sådan påvirker livssstil forbrugere, virksomheder og reklamer*. København: Nyt Nordisk Forlag.

Wacquant, L. (1989). Towards a reflexive sociology: A workshop with Pierre Bourdieu. *Sociological Theory*. 7 (1), 26-63.

Wansink, B. (2006). *Mindless eating – why we eat more than we think*. New York: Bentam Dell.

Warde, A. (1997). *Consumption, Food and Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture.* London: Sage.

Warde, A. og L. Martens (2000). Eating out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure. Cambridge: University Press.

Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5, 131-153.

Warde, A. (2007). Changes in the Practice of Eating: A Comparative Analysis of Time-Use. *Acta Sociologica*, 50 (4), 363-385.

Wertenbroch, K. (2002). Hedonic Interaction between Choice and Consumption. *Advances in Consumer Research*, 29, 105-107.

Wilken, L. (2005). Habitus, kapital og felt. I: N. Å. Andersen (Eds.), *Socialkonstruktivistiske analysestrategier*. København: Samfundslitteratur.

Wood, R.C. (1995). *The Sociology of the Meal.* Edinburgh: Edinburgh University Press.

Woodward, I. (2007). *Understanding Material Culture. London:* Saga Publications.

Ylälahti, E. (1999). Consumer Cultures in Nordic Region. *European Regional Review*, 29-30.

Zaltman, G. (1997). Rethinking Market Research: Putting People Back In. *Journal of Marketing Research*, 34 (november), 424-437.

Østergaard, P. og C. H. Jantzen (2000). Shifting Perspectives in Consumer Research: From Buyer Behaviour to Consumption Studies. I: S. Beckmann og R. Elliott (Eds.), *Interpretive Consumer*

Research: Paradigms, Methodologies and Applications. Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 9-24.

Internet sider

http://www.spismest.dk
http://www.helsenyt.com
http://www.dr.dk
http://www.netdoktoren.dk
http://www.radio.tv2.dk
http://www.tv2.dk
http://www.tvdanmark.dk
http://www.clausmeyer.dk
http://www.iso.dk
http://www.weightwatchers.dk
http://www.vaegtkonsulenterne.dk
http://www.foetex.dk
http://www.nutella.dk
http://www.kims.dk
http://www.boerneboxen.dk
http://www.mcdonalds.dk
http://www.kelloggs.dk
http://www.toms.dk
http://www.who.int/en/
www.altomkost.dk/Viden_om/De_8_kostraad/forside.htm
www.dst.dk

English summary

Chapter 1: Introduction

A lot of attention has been given to health-related issues worldwide, especially since the World Health Organisation declared obesity epidemic in many countries. Overweight and obesity impose a serious threat to economic welfare and the health and quality of life of the individual consumer (Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2007). Paradoxically in continuation of the increased overweight, obesity and nutrition-related diseases research stresses there is an escalating concern about health issues such as eating and living healthy (ATV, 2007; Nordic Plan of Action, 2006). However consumers find many different obstacles to integrating healthy food products in their daily lives, including the compelling need for hedonic food consumption which often involves less healthy or unhealthy food (Luomala et al., 2004, 2006). Hedonic food consumption is often associated with social gatherings and 'hygge[42]', where everyday 'health-rules' are replaced with unrestricted 'pleasure-rules'.

This dissertation emanates from a larger Danish research project supported by a research grant from the Danish Council for Strategic Research, Programme Commission on Food and Health. The objectives of this dissertation are to discuss and examine the social and cultural aspects of food consumption in late modernity and, from that perspective, study situational consumption in 'hyggelige' occasions. It is my aim to examine and account for the meanings individuals ascribe to the phenomenon of 'hygge' and gain insight into food practices in 'hyggelige' occasions.

Chapter 2: Theoretical perspectives on food research

Consumer research in relation to food consumption has through the years been a growing field within different scientific disciplines such as medicine, physiology, human nutrition, biology, psychology, anthropology, sociology and marketing. Through these disciplines' multiple methods

[42]'Hygge' is a Danish phenomenon. 'Hygge' does not directly translate accurately to other languages, but may be loosely translated as cosy, homely, snug, nice, pleasant, enjoyable or agreeable. The notion of 'hygge' is used as a noun (hygge/hyggen), a verb (hygge) and an adjective (hyggelig/hyggelige).
The American anthropologist Judith Friedman Hansen (1980) has tried to capture the cultural phenomenon of 'hygge'. "*Briefly, 'hygge' denotes comfort, coziness, cheerfulness, and friendliness. To be in a situation characterized by 'hygge' is to be in a state of pleasant well-being and security, with a relaxed frame of mind and an open enjoyment of the immediate situation in all its small pleasures. It is a state one achieves most often with close members of one's social network – with one's family, extended family and friends.*" (Hansen, 1980:58).

and approaches, several studies today are interdisciplinary and drawing on empirical results from diversified fields (Khare, 1980). The research of relevance for the theoretical position in this dissertation emanate from anthropology and sociology, which are disciplines where significant contributions are made within social and cultural perspectives on food and eating.

The most recognized theoretical contributions can be placed within different paradigmatic approaches where the three fundamental positions are functionalism, structuralism and poststructuralism. Functionalists like Alfred Reginald Radcliffe-Brown, Bronislaw Malinowski and Audrey Richards concentrate on the underlying structures and functions in a society expressed in norms and through social institutions that aim to maintain social order (Goody, 1982). The social order and structures are essential and maintained through different food, preparation and eating practices. The focal point for structuralism is the realization of individuals' values, identities, thoughts and behavior through social practices and expectations produced by the society and culture of which individuals are a part (Lupton, 1996). The most recognized contributions within this position include research by Claude Levi-Strauss, Roland Barthes, Mary Douglas and Pierre Bourdieu. Poststructuralism is seen as an extension of structuralism. Poststructuralists criticize structuralism for admitting pre-existing realms of understanding such as fixed statistical schemes and binary oppositions. Poststructuralists consider underlying structures as culturally and socially determined and, therefore, that universal frames of interpretation are inefficient. Contributions to poststructuralism can be attributed to Jacques Lacan, Gilles Deleuze, Jacques Derrida and Michel Foucault.

The following chapters in this dissertation draw on literature founded in structuralism and poststructuralism, and can be positioned between these two approaches.

Chapter 3: Food consumption and health constructions in late modernity

Late modernity represents the paradigm shift that characterizes the time period permeating many western countries and leading to displacements and new conditions for consumers' day-to-day decisions. Late modernity has brought along dynamism, discontinuity, risk and a multiplicity of offers and alternatives that create complexity in situations of choice, since late modernity is not

based on an unambiguous foundation that can guide individuals (Giddens, 1990, 1991). Choice of lifestyle has become important as lifestyles produce a meaningful basis for decisions.

Individuals' lifestyles are influenced daily by the cacophony from authorities, media, experts and manufacturers, who, in diversity, are communicating information about food and health. Through different disciplining actions such as regulation, prohibition, education, and information, the authorities' intentions are to make individuals capable of living a healthy life by making nutritionally balanced food decisions. While the authorities emphasize that health is a joint affair, they aim to encourage individuals to discipline and control themselves, which hopefully results in minimum long-term involvement from authorities (Vallgårda, 2003). In recent years the media have produced new programs with different experts such as doctors, weight-loss gurus, chefs and lifestyle experts who, like different religious persuasions, spread out fragmented information about healthy living. Additionally, manufactures, through branding and massive sales promotion, try to influence consumers to buy their products regardless of their nutritional status. This informational diversity in the market causes complex conditions for individuals' decision-making.

Chapter 4: Consumption in transition

The changing conditions in society caused by late modernity have resulted in new and wider views of consumption, where focus has shifted from a production-oriented understanding of consumption to a more cultural perspective that includes consumption of cultural symbols and meanings. Consumption is not only the satisfaction of a need, but is a crucial entry to a dynamic system of signs and meanings that define and place the individual in the culture. Warde (1997) identifies different consumption tendencies from an increased fragmentation and individualization where behavior neglects tedious and routines to a tendency towards standardization and mass consumption where mass media spread uniform tastes and preference structures.

In the dialectics between global influences and the individual emerges the need for exploring and construction of the self. Construction of self-identity has become a reflective project that links personal and social changes. Through consumption and practices, individuals transmit their self-identity to surroundings and use their bodies as an extension of the self by carrying cultural symbols and meanings. The construction of the perfect body is in western countries associated with a healthy

and slim body obtained through self-control and self-discipline (Giddens, 1991). Health has become an omnipresent phenomenon with a strong connection to food consumption and the growing body fixation. The sweeping social interest for health has created a multifaceted approach to health that, amongst other things, distinguishes between physical and mental health where individuals counterbalance release and control (Crawford, 1984, 1987). The diversity in health beliefs manifests in individuals' various food perceptions where the social discourses and practices established in the culture are determined for the cultural categories consumers create. There is no unequivocal perception of food and health that questions the authorities' many informational campaigns applied to consumers as one segment of rational human beings with a homogeneous perception of healthy and unhealthy living.

Chapter 5: Hedonic consumption

Taste and indulgence have always been essential topics in understanding individuals' connection to food in a modern food culture. Indulgence originates from the good taste and is associated with the emotional aspect of food consumption that plays a big part in western countries where wealth long ago resulted in fulfillment of basic and physical needs such as hunger. Today consumers eat for a number of different social and cultural reasons such as pleasure, status, socializing, and different emotional experiences (Lupton, 1996). The constitution of taste and its manifest arises and unfolds in the common sphere between individuals where social cohesion continuously defines and redefines taste. In this way individuals control hedonism within the social regulations of consumption as implicit routines and institutionalized standards and practices learned by cultural transmission or formalized rules implemented by the authorities (Sassatelli, 2001). Bourdieu (1984) emphasizes the diversification between social groups, and points out that taste can not only be ascribed to a physical sensation, but also that the stylistic and aesthetic taste are substantial and dissociate social groups.

Though choices may seem free and optional, individuals' hedonic behavior takes place within the normative scope of appropriate and acceptable behavior. Everyday individuals are confronted with food choices where a selection between health and indulgence is needed. Individuals' confession to different food and health beliefs are explicated in their behavior as beliefs function as underlying dispositions guiding daily food choices. The need for justification arises in situations where choice

disharmonizes with the individual's fundamental values and beliefs. Individuals are different from each other and various rationales legitimize a given behavior where a few of the justifying situations can be ascribed to weather, mood, vacation, holiday, weekend and special social occasions (Luomala et al., 2004, 2006; Kivetz and Simonson, 2002; Blades, 2001; Garg et al., 2007).

Chapter 6: Food in social relations

Food gathers people and is often the reason people meet up for hours, sharing cooked meals in a sense of connectedness with each other around the table. Several factors have an influence on individuals' consumption of food, including how it is prepared and served and with whom and where the food is eaten. The situation and constellation of people are essential aspects in understanding food in social relations, especially where the social influences are assumed to have the most important impact on individuals' food consumption (Clendenen et al., 1994). Consumption composes an integral part of a social system where products are embedded with a net of interconnected meanings, referring to a common system of meanings read and understood by people of the same culture or group. Products communicate meanings that mark social divisions and make it possible to define, classify and maintain social relations, thus food is categorized in proportion to the context and situation (Douglas and Isherwood, 1979).

Most individuals take part daily in social relations where eating and drinking activities are performed. Individuals modify their behavior depending on the group of people gathered so that individual preferences and needs are overridden by common preferences and norms in the group (Engstrøm and Larsen, 1987). Close friends and family often gather for a hot cooked dinner in the evening in contrast to a more formal meeting between unknown or lesser known people where a snack and/or a hot or cold drink are custom (Lupton, 1996). Besides the social influence, other situational factors such as location, time, physical surroundings, mental state and activities while eating have been shown to have an impact on individuals' food consumption (Belk, 1974).

Despite an increased inclination to snack and eat food away from home, the family meal in the evening is still where the family gathers and talks about everyday life (Holm, 2001a, 2001b). The homely meal event is a part of the social production and reproduction of the family that maintains

the family as a social system. The meal is a cultural event where individuals are socialized to be a competent member of a social unit. The homely informal dinner between family and friends is often where fundamental feelings of safety, comfort, coziness, pleasure and 'hygge' exist.

Chapter 7: Social practices

Social practices derive from discourse formations in society and constitute 'hyggelige' social gatherings where people meet for dinner and a good time. Everyday life appears so obvious and taken for granted, it undeniable entail that social practices are carried out continuously without notable vigilance (Berger and Luckmann, 1966). Bourdieu (1990, 2005, 1984) and Schatzki (1996, 2001) have contributed to an interesting understanding of how social practices unfold in everyday life and establish a social order that structures and gives meaning to individuals' behavior. The social practices that constitute certain situations like 'hygge' have to be seen in an overall perspective where practices produce order (Bourdieu, 1990). Schatzki (1996) identifies an important feature of practices as the connection between saying and doing which calls for an understanding of explicit rules, principles, instructions and procedures necessary for carrying out a practice, but more importantly, essential for the social surroundings' understanding of each other.

Schatzki (1996) focuses on the constitution of practices and distinguishes between two types of practices, dispersed practices and integrative practices. For Schatzki, the controlling component is the human mind. Schatzki agrees with Bourdieu (1990) that the body is the link between mental bodily activity and performance of practice. However Bourdieu does not distinguish or categorize practices, but instead emphasizes that practical understanding is established and organized through the embodied habitus. Habitus plays a central part in Bourdieu's theory of practice as an embodied system of predispositions that organizes behavior, and produces and structures practices. Habitus gives meaning and coherence to practice and, as a result, determines individuals' lifestyle and affiliation to a specific social class. Practices emanate from habitus but are adjusted to the objective conditions which make practice a product of the relation between habitus and the situation.

Chapter 8: Quantitative study of 'hyggelige' situations

The objectives of the quantitative study of 'hyggelige' situations are twofold. Firstly, the study aims to gain an insight into the phenomenon of 'hygge' by examining the foundation of 'hygge' in different situations and in relation to selected situational elements. Secondly, the study intends to elucidate the correlation between certain foods and different situations.

The quantitative study is based on a questionnaire organized around six constructed situations. These situations are transformed into stories and divided between good/bad atmosphere and individual/social settings. Similar questions are posed for each situation, thus providing an opportunity for relative evaluation. The six situations are: (1) good atmosphere/family, (2) good atmosphere/friends, (3) good atmosphere/colleagues, (4) bad atmosphere/family, (5) good atmosphere/individual, (6) bad atmosphere/individual. Each of the six situations is measured in terms of the perceived degree of 'hygge' and appropriate food serving using fifteen healthy and unhealthy food products as presented in the questionnaire. To measure 'hygge', Mehrabian and Russel's (1974) emotional scale is used as it measures pleasure, a concept closely-related to 'hygge'. Additionally, a special made construct for 'hygge' is also carried out.

In addition to the six situations and related questions, 28 situation elements, with more or less connection to 'hygge', are presented and measured in terms of each element's influence on 'hygge'. The 28 elements are based on Belks (1975) five situational categories and evaluated in terms of each element's impact on 'hygge'. Finally the participants are asked to fill-in demographic characteristics including age, sex, education, weight and height (weight and height give the opportunity to measure each respondent's Body Mass Index).

The "snowball-method' was used in collection of data (Schmidt and Hollensen, 2006), resulting in 258 completed questionnaires with a split of 40,3% men and 59,7% women, an average age of 33,3 years and an age range from 20-69 years.

Chapter 9: Results of a quantitative study of 'hyggelige' situations

A comparative evaluation between the six situations indicates that situations in social settings with good atmosphere are perceived as significantly more 'hyggelig' than individual situations. An

ANOVA analysis confirms ‘hygge’ is especially established between close friends and family as the individual ‘hygge’ situation is not significantly different from ‘hygge’ with colleagues. Furthermore men and women perceive the situations differently .Women find ‘hyggelige’ situations more ‘hyggelige’ than men. Conversely, women perceive the not ‘hyggelige’ situations relatively worse than men. This may be explained by the different roles of women and men at home, where, despite the development of society causing there to be less distinction between gender roles, home generally remains women’s domain and the place where women gather the family, seek harmony and take care of family members (DeVault, 1991; Charles and Kerr, 1988; Murcott, 1982).

A t-test including the 28 situational elements confirms good friends and family are important for ‘hygge’. These elements are placed in the upper quartile of the T-test. Other elements with positive influence on ‘hygge’ are: good foods, weekends, candlelight, summer, something good to drink, fire from fireplace and quality food and drinks. Elements that do not contribute to ‘hygge’ are: nice crockery, noise, stress and tense atmosphere.

When examining food and ‘hygge’, an ANOVA analysis demonstrates there is not a significant difference between the six situations when measuring the appropriateness of healthy food. Regarding consumption of unhealthy food such as chips, candy, cake, and soft drinks, the unhealthy food intake is found more appropriate in social situations and especially situations with family and friends. An interesting finding is the appropriateness of unhealthy foods closely linked to the social dimension. Therefore, eating of unhealthy food is more appropriate in all four social settings despite the good/bad atmosphere.

Alcohol plays a significant role in the constitution of ‘hygge’. Similar to the results from the analysis of the appropriateness of unhealthy foods in the different situations, an ANOVA analysis shows similar tendencies, demonstrating the appropriateness of wine in all social situations including the social situation with a bad atmosphere.

The results from the quantitative analysis will be used in the qualitative analysis presented in subsequent chapters that aims to add to the current knowledge about ‘hygge’ and related food practices in ‘hyggelige’ situations.

Chapter 10: Qualitative study of the phenomenon of 'hygge'

The qualitative study in this dissertation aims to gain a deeper insight into the phenomenon of 'hygge' and its constitution, as well as the meanings individuals ascribe to it. Furthermore, the objective of the study is to examine food practices in 'hyggelige' situations as unhealthy foods are presumed to be overrepresented in 'hyggelige' situations. The qualitative study draws on the results of the quantitative study.

A two-hour focus group interview with six people is chosen as the dynamic of a group conversation reveals additional information about the very cultural phenomenon of 'hygge' which can be difficult for members of Danish culture to grasp. The interview was conducted in homely environment at the author's residence in order to provide an informal and relaxed atmosphere. The six participants had no direct interpersonal relationship and were selected based on their different ages, gender, occupation, background and present stage of life. With regard to the interview, the participants were sent questions relating to their education, occupation, income, personal characteristics, interests in life, future expectations, other family-related information, and so on. Based on that information it was possible to make a relative evaluation of the participants in regard to their respective social group affiliation based on Bourdieu's social group characteristics.

The focus group interview was semi-structured and included projective techniques at collage construction and use of 'prompts' (McCracken, 1988a). Initially, the participants were asked to create individual collages and present them for the group. The presentations of the collages formed the basis of discussions and opened up the interview to a discussion of different aspects of the phenomenon of 'hygge'. Following the presentations the participants were introduced to different "prompts' focusing on: (1) situations where 'hygge' was spoiled, (2) food in 'hyggelige' situations, and (3) 'hygge' and health. The results from the quantitative analysis were then presented for discussion. The focus group interview ended with a discussion of the future possibilities for a healthier 'hygge' and the kind of changes that implied.

The audio and video of the two-hour focus group interview was recorded, making it possible to allocate voices and observe the interaction between the participants, including body language, emotional response and tone of voice.

Chapter 11: Results of a qualitative study of 'hygge': An insight into the phenomenon of 'hygge'

The results of the empirical analysis are divided into two chapters. In this chapter, results are presented that capture the many dimensions of the phenomenon of 'hygge'. The next chapter focuses on food practices in 'hyggelige' gatherings.

For most Danish citizens, born and raised in Danish society, 'hygge' is a normal part of everyday life. The analysis indicates a very homogeneous understanding of 'hygge' across focus group participants. Despite this, through the process of analyzing data it became clear that 'hygge' is not a simple and self-explanatory phenomenon but it is broad and inclusive, and exists as an organizing metaphor, with underlying constituent parts that have to be present and add to the whole. The foundation for 'hygge' is established through a fusion of the constituent parts. The different components of 'hygge' can be summarized within five interacting themes: (1) community and individuality, (2) time perspective, (3) presence, (4) good atmosphere, and (5) relaxation.

'Hygge' can take place in community and individuality, but 'hygge' is preferably established at home with family and close friends. Experiencing 'hygge' alone often involves an enjoyable activity; that is, anything from shopping or a do-it-yourself project to reading a book, going for a walk or watching a good movie.

Time is important for the constitution of 'hygge'. In busy, everyday life, where time is a limited resource, it becomes necessary to prioritize time for 'hygge'. By prioritizing time, one is able to be more mentally present and satisfy another important requirement for establishing 'hygge'. Social 'hygge' requires a physical and mental presence that is critical to gain the vital feelings of belonging and togetherness that is essential in 'hygge'.

Furthermore the right atmosphere has a significant impact on 'hygge' and can be divided into physical surroundings and sensory influences. The physical surroundings may include candlelight, soft lighting, an open fireplace, a good book or movie, blankets and quilts, the beach, sunset and late summer nights, and good food and drink. Even though the physical settings are fixed, good atmosphere also relies on a sensory aspect such as an unstressed, informal and harmonious sentiment. Consensus is important and this may require avoiding discussion of sensitive topics like

politics, religion, the economy and the raising of children. They are all delicate issues that can easily bring up an undesirable discussion.

Relaxation from a busy schedule is a fundamental part of 'hygge' as 'hygge' offers a break from everyday life. 'Hygge' is the place where individuals' 'batteries are recharged'.

When all these five interacting themes are fulfilled, the very fundamental conditions for 'hygge' are established and there is a good opportunity, though no guarantee, for 'hygge' to unfold.

Chapter 12: Results of a qualitative study of 'hygge': Food practices in 'hyggelige' situations

The second part of the empirical analysis addresses food practices in 'hyggelige' gatherings. Eating and drinking forms a substantial part of the activities that unfold when individuals get together, like the glue that holds people together. Consistent with the results from the quantitative analysis, the empirical analysis of the focus group interview confirm 'hygge' is closely linked to consumption of food. Food gathers people and is often shared in a sense of community.

From childhood people learn the kinds of appropriate food products and practices that take place in 'hyggelige' situations. Bourdieu (1984) refers to this as learning the right 'etiquette', and stresses differences between social classes that also became evident in this analysis. The right etiquette is important among participants from dominating and higher social classes. It includes the serving of special quality food items that have been prepared and cooked for hours. Spending time on the preparation of food is crucial and therefore requires that guests eat what is served and comment positively on the food. Criticizing the food served is not considered appropriate.

Quality is prioritized among the dominant classes whereas quantity is crucial for individuals from the dominated classes (Bourdieu, 1984). Since 'hygge' is an oasis from hectic everyday life, "hygge' prompts different food than that consumed every day. Food chosen and served in 'hyggelige' situation has embedded meanings symbolizing its connection to and appropriateness for 'hygge'. These meanings are communicated in social contexts. They refer to the common value agreed-upon in the community and thus make inclusion and exclusion possible in a way that

individuals, through serving of selected food products, signal their belonging to one group and distancing from other groups (Douglas and Isherwood, 1979; Bourdieu, 1984).

Food practices are different between the focus group participants. Participants from higher social groups are subject to preserving etiquette. This includes consumption of a certain amount of alcohol. Alcohol is vital for 'hyggen' and it is unacceptable to decline as it jeopardizes the harmony and good atmosphere. Social influence causes a high intake of alcohol among dominant classes except where certain excuses are accepted that release individuals from the strong social ties. Examples of accepted excuses include illness, allergy or, in limited situations, driving. For these social groups, alcohol is the unhealthy element in 'hyggen'. Participants from lower social classes don't have the same alcohol consumption but have a greater consumption of unhealthier foods such as candy, cake, soft drinks, and chips. Hedonic consumption, including alcohol and sweets, is essential in establishing 'hygge' and a reason why participants find 'hygge' mentally healthy but physically unhealthy.

Chapter 13: The future 'hygge': In a society perspective

Is Danish 'hygge' a threat to consumers' state of health? This is an appropriate question given the millions of Danish kroner that Danish society spends annually on improving consumers' health conditions (Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2007). Substantial resources are spent on factual information campaigns and market research of consumers' state of health. Past health improvement initiatives have fairly narrow-mindedly focused on an individual-orientated explanation of needs and neglected the strong social influence this dissertation confirms. It is important to understand the social mechanisms that affect consumption of unhealthy food, especially in social 'hyggelige' gatherings where the social forces are strong. The strong social influences can be ascribed to the meaning of 'hygge' in individuals' lives as a time away from a hectic everyday schedule where new energy is generated.

Alcohol and sweets play a vital part of 'hygge'. Some focus group participants indicated 'hygge' would not be the same without alcohol. Sweets, on the other hand, are seen as a bad habit that could be changed over years or generations. 'Hygge' are situations where the healthy life is put on hold for guiltless indulgence. Indulgence and good taste are socially constructed in a way that is naturally

linked to unhealthy food products (Raghunathan, 2006). ‘Hygge’ requires and legitimizes the intake of excessive unhealthy food products.

The social challenges are varied. They include changing consumption practices in ‘hyggelige’ situations. Individuals’ perception of ‘hygge’ must also be reconstructed. Finally, the current social construction of indulgence and good taste must be displaced towards a broader appreciation so indulgence can be found in healthier food products.

Authorities, media, experts and manufacturers influence discourse and consumption practices. These institutions must take appropriate action to change consumer beliefs and practices. Health communication ought to focus on homely ‘hygge’ and help consumers to incorporate healthier food products in ‘hyggelige’ gatherings by introducing new products, recipes, and creative suggestions. Other experts such as chefs, dieticians and doctors can be incorporated profitably in communication strategies as protagonists for healthier alternatives to ‘hygge’ and a reduced alcohol intake. In the longer run, new practices and beliefs will gain social acceptance and likely result in better states of health among consumers.

Chapter 14: Discussion, conclusion and future research

What you see obviously depends on the glasses you put on. The combination of quantitative and qualitative studies has highlighted different perspectives on the phenomenon of ‘hygge’ and built knowledge that captures the multiplicity of the phenomenon. Questionnaires have the advantage of reaching many people but are limited in operating on predefined categories. The questionnaire in this dissertation was confined to six homely situations and preselected ‘hygge’ items and food. The use of ‘snowball’ data collection methods ensured the results of the questionnaires are not representative of the populations and biased in terms of age, geographic location, etc.

Results from the focus group interview confirmed many of the results from the questionnaire and contributed to additional insight into ‘hygge’ and the related food practices. The interview helped identify underlying meanings and perceptions of ‘hygge’, based on input from six participants. A generalization of the results and the prevalence of meanings and food-related beliefs and practices could be the subject of an additional quantitative study.

The objectives of this dissertation were to discuss and examine the social and cultural aspects of food consumption in late modernity and, from that perspective, to study situational consumption in 'hyggelige' occasions. The aim was to examine and account for the meanings individuals ascribe to the phenomenon of 'hygge' and gain insight into food practices in 'hyggelige' occasions. Late modernity is characterized by increased dynamics and flow of information resulting in a diversity of opportunities creating reflexive and complex decision-making. A desired self-identity is created and communicated to surroundings through consumption. The body, food and health are vital topics in late modernity where authorities, media, experts and manufactures affect consumers' construction of different health and food rationales. The endless consumption opportunities have resulted in new consumption trends including hedonic consumption justified in situations like 'hygge'.

The empirical results of analysing 'hygge' indicate that the metaphorical concept of 'hygge' is constituted of five components: (1) community and individuality, (2) time perspective, (3) presence, (4) good atmosphere, and (5) relaxation. The presence of all five components forms a fundamental platform for establishing 'hygge'. Food and drinks are essential in 'hyggelige' situations, especially where higher social classes are subject to a strict etiquette with regard to all aspects of food preparation, serving, consumption, behavior at the table, conversations, etc. This strict etiquette prescribes a certain intake of alcohol and declining jeopardizes 'hyggen'. The same unhealthy consumption of alcohol as a result of a strict etiquette is not found among lower social classes, where there is excessive consumption of unhealthy food such as cake, chips, candy and soft drinks. 'Hygge' is perceived to be mentally healthy but physically unhealthy.

The focus of this dissertation has been on 'hygge' as a situation that often involves and demands hedonic food consumption. The focus has primarily been on 'hygge' at home. Future research should include other 'hygge' situations such as 'hygge' in work or institutional settings. Furthermore, the situational aspect of hedonic food consumption should be studied to determine if other situations legitimize and demand unhealthy eating.

Bilag A: Spørgsmål til fokusgruppedeltagerne

Jan

Alder: 48

Beskæftigelse: Adjunkt

Årlig bruttoindkomst (ca.): 400.000,- kr. + Birgittes løn på ca. 250.000,- kr.

Antal i husstanden: 4

Hvor bor du: København

Hvordan vil du beskrive dig selv:

Ekstrovert, nysgerrig, tænksom og glad. (Dette er ikke starten på en kontaktannonce)

Fortæl om din opvækst – blandt andet hvor du er født og opvokset:

Jeg er født i København. Familien har flyttet efter min fars job, og jeg er derfor vokset op i mange dele af Danmark. Jeg har skiftet skole fire gange og lært at få kammerater og "hyle med de ulve" jeg var i blandt. Jeg er vokset op i en kernefamilie hvor vi har holdt borgerlige traditioner i hævd. Jeg tænker her på aftensmad til samme tid hver dag, fejre fødselsdage, jul og holde ferier om sommeren. Familien holder avis og ser TV lørdag aften.

Da jeg flytter hjemmefra, danner jeg sammen med nogle venner et kollektiv, hvor jeg nok søger modsætningen til det sikre og forudsigelige familieliv.

Fortæl om din uddannelse og tidligere jobs:

Jeg er student fra Ribe og flytter derefter til København, hvor jeg starter på arkitektskolen. Afslutter på Akademiet i 1988, og starter egen tegnestue umiddelbart efter. I 1996 bliver jeg træt at livet som selvstændig og får job som uddannelsesleder på Den Grafiske Højskole. Starter ph.d.-uddannelsen i efteråret 2003 og afslutter 2008. I dag ansat på CBS som adjunkt.

Hvad er dine forældres primære uddannelse og beskæftigelse gennem deres arbejdsliv:

Min far er uddannet jurist (cand. jur.) og ansat i fængselsvæsnet. Først som viceinspektør og siden inspektør (i dag benævnes stillingen direktør).

Min mor er uddannet pædagog og ansat på diverse daginstitutioner. Efterfølgende som børnehaveklasselærer på skoler.

Hvad interesserer du dig for?

Det der er smukt og det der kan give hjertebanke. Det kan være arkitektur, design, landskaber, byer, musik, litteratur eller samfundsforhold. Jeg kan godt li' at være sammen med mennesker og jeg kan godt li' at lave noget sammen med mennesker. Derfor er holdsport eller praktiske opgaver der skal løses sammen med andre også noget jeg kan li'.

Hvad er vigtigt for dig i livet?

At have det rart (sjovt) sammen med min familie, venner og kollegaer.

Hvad tror du din fremtid bringer?

Gode overraskelser og uforudsete oplevelser.
En tur ned af "den sorte" i uge 7.

Hvilke programmer ser du i fjernsynet?

Ikke noget specielt. Ser hellere en film på DVD.

Hvilke aviser, magasiner og/eller bøger holder du af at læse?

Mange forskellige aviser (vi holder pt. 3) og alt for mange fagtidsskrifter. Jeg læser helst litteratur som jeg ved giver mig uforudsete "billeder på nethinden" – jeg vil underholdes med det overraskende. Derfor læser jeg sjældent magasiner i stil med Euroman.

Hvad er dine fritidsinteresser?

At lave mad, at rejse, at bygge om, at være fysisk aktiv.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på madlavning i løbet af en uge?

Mellem 10 og 15 timer.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på indkøb af madvarer i løbet af en uge?

Ca. 5 timer.

Kim

Alder: 38 år

Beskæftigelse: Bygningsadministrator

Årlig bruttoindkomst (ca.): 600.000

Antal i husstanden: 2 voksne, 1 barn

Hvor bor du: Hillerød

Hvordan vil du beskrive dig selv:

Hovedsagligt som et godt menneske der prøver at være tro mod sig selv og gøre hvad der føles rigtigt. Derudover meget loyal, tankefuld, så ærlig som jeg syntes jeg kan tillade mig at være, nysgerrig, følsom, småsær på den småsære måde.

Fortæl om din opvækst – blandt andet hvor du er født og opvokset:

Født på Frederiksværk hospital og opvokset i Hundested med mor og far og storebror. Trygge omgivelser, 2 selvstændige forældre der på en eller anden måde formåede at have tid til børnene og inddrage os i både arbejde og fritid. Gik ikke i verdens bedste folkeskoleklasse og havde kun få venner indtil 6. klasse. Herefter vel en meget normal teenagetid med venner, frustrationer og forelskelser.

Fortæl om din uddannelse og tidligere jobs:

Gik ud efter 10. klasse. Kom i lære som traktormekaniker med henblik på at overtage min fars firma. Efter endt uddannelse og aftjent værnepligt startede jeg i fars firma. Efter et år kedede jeg mig og besluttede at læse til maskinmester. Blev færdig som dette og fik job på Det Danske Stålvalseværk og var der i knap 4 år hhv. som Maskinmester (leder af vedligeholdsafdeling), Sikkerhedsmester (sikkerhedsleder i Stangstålsdivision) og Driftsmester (produktionsleder i Stangstålsdivisionen). Fik herefter job som Maintenance Engineer (leder af vedligeholdsafdeling) på Danish Freeze-Dry hvor jeg var i 3 år. Fik job som Sales Engineer hos H. Jessen Jürgensen (salgsingeniør og senere leder af El-afdelingen). Herefter Inspektør (Facility Management, altså drift og vedligehold af et forsknings- og uddannelsescenter) på Københavns Universitet hvor jeg er i dag.

Hvad er dine forældres primære uddannelse og beskæftigelse gennem deres arbejdsliv:
Min mor blev udlært farvehandler og overtog sidenhen min morfars farvehandelbutik i Hundested. Den havde hun indtil hun gik på efterløn. Min far er udlært smed og kom herefter ind i min farfars (og før det min oldefars) entreprenørfirma og overtog det. Han var entreprenør indtil min mor gik på efterløn.

Hvad interesserer du dig for?
Min søn, mine venner, mennesker generelt, teknik.

Hvad er vigtigt for dig i livet?
At være tro mod mig selv og følge mine drømme!
At være en fantastisk far for min søn!

Hvad tror du din fremtid bringer?
Det har jeg absolut ingen idé om.
Jeg HÅBER på lykke og kærlighed og en masse oplevelser.

Hvilke programmer ser du i fjernsynet?
Serier (Simpsons, 2½ men, Friends, NCIS, Bones) og nyheder.

Hvilke aviser, magasiner og/eller bøger holder du af at læse?
M!, lokalaviser, bøger om personlig udvikling, skønlitteratur.

Hvad er dine fritidsinteresser?
Golf, badminton, være sammen med andre, meditation.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på madlavning i løbet af en uge?
Cirka 5 timer vel.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på indkøb af madvarer i løbet af en uge?
1½ time inklusiv transport frem og tilbage.

Pernille

Alder: 53

Beskæftigelse: sekretær i Dansk Metals miljøafdeling

Årlig bruttoindkomst (ca.): tjener ca. 410.000 kr. om året

Antal i husstanden: bor alene

Hvor bor du: Vallensbæk

Hvordan vil du beskrive dig selv:

Selvstændig, jordbunden, temperamentsfuld, impulsiv, direkte – nyder god kvalitet, godt håndværk, kreativitet og nærvær.

Fortæl om din opvækst – blandt andet hvor du er født og opvokset:

Jeg er født på Rigshospitalet, Kbh. og boede til jeg var 7 år på Bellahøj i højhusene og fra 1962 i Vallensbæk.

Jeg har ikke haft den mest spændende opvækst. Min mor og far levede som hund og kat, og deres frustrationer gik ud over min bror og jeg. Jeg var meget overladt til mig selv.

Håndbold, gode kammerater og deres hjem og temperamentet/selvopholdelsesdrift reddede nok mit selvværd.

Fortæl om din uddannelse og tidligere jobs:

Realeksamen, Ollerup Gymnastikhøjskole, stoppede i gymnasiet i starten af 3g. Uddannet lægesekretær har arbejdet på Hvidovre Hospital, har solgt EDB til lægepraksis og advokater. Har siden 1986 været ansat i fagbevægelsen i forskellige job og forbund.

Hvad er dine forældres primære uddannelse og beskæftigelse gennem deres arbejdsliv:

Min mor er bogholder og min far var kedelpasser.

Hvad interesserer du dig for?

Mennesker, bøger, musik, sport, samfunds debat, politik.

Hvad er vigtigt for dig i livet?

At mine nærmeste har det godt og trives, at mit arbejdsliv er velfungerende og interessant, en bolig jeg trives i, motion og at være sammen med mennesker jeg trives med.

Hvad tror du din fremtid bringer?

Ved det ikke, det må tiden vise.

Hvilke programmer ser du i fjernsynet?

TV-A, dokumentar, sport, film.

Hvilke aviser, magasiner og/eller bøger holder du af at læse?

Information. politikken, Børsen, Biografier og historiske romaner.

Hvad er dine fritidsinteresser?

Kajakroning, motion, læsning, venner og familie, teater og koncerter.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på madlavning i løbet af en uge?

2 timer.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på indkøb af madvarer i løbet af en uge?

2 timer.

Karina

Alder: 40

Beskæftigelse: psykolog

Årlig bruttoindkomst (ca.): 440.000 kr.

Antal i husstanden: 1

Hvor bor du: Frederiksberg, København

Hvordan vil du beskrive dig selv:

40 år, kvinde, bor alene, kærlig, ærlig, loyal, omsorgsfuld, familiemenneske, sporty, betænksom, humoristisk, er direkte, kreativ, positiv, god problemløser, energisk, stædig, procesorienteret, tænker strategisk, vild med børn, er mere til hunde end katte, videbegærlig, elsker selskab og kan også godt lide at være i eget selskab, glad for udfordringer, rejselysten.

Fortæl om din opvækst – blandt andet hvor du er født og opvokset:

Er født i Valby, som 6 mdr. gammel flytter vi til Als, hvor vi bor i 1 ½ år. Herefter flytter vi til Solrød Strand i et rækkehus, hvor vi bor til jeg er 5 år og flytter nu inden for samme kommune i hus. Her bor jeg til jeg flytter hjemmefra.

Kernefamilie, en ældre bror, en yngre søster og en far og mor.

Min mor arbejder deltid i indtil min lillesøster kommer i gymnasiet og min far arbejder fuldtid.

Startede i dagpleje og kom herefter i børnehave osv. I min skoletid gik jeg i en kortere periode i klub, fordi jeg ønskede det. Det meste af min fritid brugte jeg på veninderne og på hestesporten. Veninderne og jeg har haft mange gode stunder hjemme i mit barndomshjem, hvor vi fravalgte klubben til fordel for være der.

Jeg har været vant til at arbejde og tjene ekstra lommepenge siden jeg var 14 år, hvor jeg fik mit første job.

De ferier vi har været på har været lige fra bondegårdsferier, kanoture til turer ud i Europa, som har givet mange sjove minder.

Fortæl om din uddannelse og tidligere jobs:

Cand.pæd.Psych arbejder kommunalt som psykolog for en Pædagogisk Psykologisk Rådgivning.

Tidligere uddannet lærer og arbejdede som dette i 5 år. Herefter læste jeg til psykolog og har arbejdet som børnepsykolog i snart 5 år. Det sidste år har jeg hovedsagelig arbejdet inden for

specialområdet med neuropsykologi. Sideløbende har jeg videreuddannet mig til klinisk hypnoseterapeut.

Hvad er dine forældres primære uddannelse og beskæftigelse gennem deres arbejdsliv:
Lærer (mor) og ingeniør (far) – i dag er de pensionister. Min mor har altid arbejdet som lærer og min far stoppede efter mange år som direktør for et firma.

Hvad interesserer du dig for?
Familien, venner/veninder, sport, kultur, sprog.

Hvad er vigtigt for dig i livet?
At mine nærmeste har det godt og er sunde og raske.

Hvad tror du din fremtid bringer?
Hovedsageligt gode ting med x antal forstyrrelser undervejs, som bidrager til en dybere positiv udvikling.

Hvilke programmer ser du i fjernsynet?
Lige fra tv-avisen til Venner. Det er bredt.

Hvilke aviser, magasiner og/eller bøger holder du af at læse?
Politikken, IN, bøger der indeholder: historik, humor eller en krimi.

Hvad er dine fritidsinteresser?
Løb, taekwondo, sprog, male, kulturelle oplevelser sammen med familie/venner/veninder.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på madlavning i løbet af en uge?
7 timer.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på indkøb af madvarer i løbet af en uge?
1-2 timer.

Tobias

Alder: 29

Beskæftigelse: lærerstuderende

Årlig bruttoindkomst: ?

Antal i husstanden: 2, bor med kæreste

Hvor bor du: København

Hvordan vil du beskrive dig selv:

Fuld af liv, glad, ild i røven, sportsfreak, familiemenneske.

Fortæl om din opvækst – blandt andet hvor du er født og opvokset:

Meget traditionel opvækst i parcel hus i villa kvarter i Mosede, Greve.

Født på Roskilde hospital.

Fortæl om din uddannelse og tidligere jobs:

Folkeskolelærer.

Tidligere jobs og nuværende: Tjener, bartender, kasseekspedient, lærer, teambuilding- og leadership instruktør, skiinstruktør.

Hvad er dine forældres primære uddannelse og beskæftigelse gennem deres arbejdsliv:

Far: Folkeskolelærer.

Mor: Tandlæge.

Hvad er vigtigt for dig i livet?

Familie, venner, sport, godt humør.

Hvad tror du din fremtid bringer?

Godt job, dejligt ægteskab, børn og et hus, gode venner.

Hvilke programmer ser du i fjernsynet?

Krimier, komedie, action, sport, discovery.

Hvilke aviser, magasiner og/eller bøger holder du af at læse?

Gør det selv bladet. Læser ikke bøger, kun når de har en håndværksmæssig baggrund.

Hvad er dine fritidsinteresser?

Skiløb, fodbold, fitness, computer, sløjd.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på madlavning i løbet af en uge?

2 timer.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på indkøb af madvarer i løbet af en uge?

1 time.

Marianne

Alder: 56

Beskæftigelse: Projektleder

Årlig bruttoindkomst (ca.): 580.000

Antal i husstanden: 2, mig og min mand

Hvor bor du: Brønshøj ved Utterslev Mose

Hvordan vil du beskrive dig selv:

Jeg er en 56-årig kvinde, gift med Ole på 39. År og har to piger på hhv. 30 og 33 år. Min mand og jeg bor i hus i Brønshøj – ved Utterslev mose. Jeg arbejder i Nykredit som Projektleder. Jeg har været ansat i koncernen i 32 år. I min fritid dyrker jeg aerobic og går lange ture ved mosen med min mand. Derudover har en stor interesse i mad og rejser.

Fortæl om din opvækst – blandt andet hvor du er født og opvokset:

Jeg er født på Frederiksberg og opvokset i Emdrup som ligger i København Ø. Jeg har en storesøster og en lillebror.

Fortæl om din uddannelse og tidligere jobs:

Jeg er bankuddannet og taget den et- og den to-årige bankskole. Som ansat i Nykredit har jeg taget ejendomsmægleruddannelsen (merkonom). I Nykredit har jeg arbejdet med finansiering og økonomi som bl.a. gruppeleder og nu som projektleder med it-udvikling.

Hvad er dine forældres primære uddannelse og beskæftigelse gennem deres arbejdsliv:

Min mor er kontoruddannet og arbejdet på kontor og bank som deltidsbeskæftiget. Min far er kemiingeniør og har arbejdet som dette og som byplanlægger.

Hvad interesserer du dig for?

Min familie, gode venner, spændende og sund mad, kunst og kultur samt rejser.

Hvad er vigtigt for dig i livet?

Sundhed, samvær med dem jeg holder af. Kvalitet i det jeg beskæftiger mig med. Kunst og kultur.

Hvad tror du din fremtid bringer?

Masser af arbejde, og hvis jeg lever længe nok, forhåbentlig også fritid på fuldtid.

Rejser, en mindre bolig, mange børnebørn, forhåbentlig højere aktiekurser så der bliver noget at blive pensionist for. Så skal vi ud i verden og se mere kunst og til flere koncerter. Måske skal hele familien holde ferie sammen i et fedt hus i Umbrien, Italien. Hvis skatten bliver sat ned, bliver livet sjovere for mig.

Hvilke programmer ser du i fjernsynet?

Nyhederne, sjældent ses enkelte udvalgte gode serier som "familien Sommer". Jeg er ikke seriemenneske og ikke alt det med konkurrencer mm. I det hele taget synes jeg tv er generelt meget kedeligt.

Hvilke aviser, magasiner og/eller bøger holder du af at læse?

Berlingske Tidende og Børsen. I form. Hvert andet år køber jeg et Alt for damerne, og så er den lyst styret for et par år.

Hvad er dine fritidsinteresser?

Se ovenfor.

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på madlavning i løbet af en uge?

Jeg bruger nok ca. 5 timer, hvis jeg får lov at deltage i køkkenet. Det er min husbonds domæne!

Hvor lang tid bruger du i gennemsnit på indkøb af madvarer i løbet af en uge?

Se her er jeg med – det tager nok 5 timer.