

# Individualisert aktivisme

## En studie av fenomenet andelslandbruk\*

Oddveig Storstad

Norsk institutt for bioøkonomi (NIBIO)

Fenomenet andelslandbruk har vokst betydelig i Norge de siste årene. Som andelseier har man betalt for en andel av gårdens produksjon, og man deltar gjerne også i driften. Andelslandbruk representerer en form for nye alternative matnettverk som har vokst fram som en motreaksjon mot det produktivistiske matparadigmes komplekse og globale verdikjeder. Fenomenet er knapt studert i norsk kontekst og datamaterialet består av kvalitative intervju med 18 andelseiere i et andelslandbruk utenfor Trondheim, gjennomført i vekstsesongen 2015.

Opprinnelsen til andelslandbruk internasjonalt var sterkt ideologisk, men studier har vist at det politisk-ideologiske grunnlaget er blitt svekket. Studien viser at det å være andelseier likevel gjerne har en politisk-ideologisk dimensjon ved seg, men at det ikke er politisk aktivisme i betydningen at man ser for seg at engasjementet skal kunne endre verken verden eller måten mat produseres på. Noe av motivasjonen for å være andelseier er at man er kritisk til utviklingen av landbruket. En ønsker seg tilbake til en matproduksjon som forstås som naturlig, og ved å delta aktivt i produksjonen av egen mat ønsker en å overkomme noe av fremmedgjøringen mange opplever overfor mat og matproduksjon. Fenomenet andelslandbruk framstår som et interessant case for å utforske sammenhengen mellom politisk forbruk, identitet og livsstil og endringer i norske forbrukeres nærmest tatt-for-gitte tillit til måten mat produseres på i Norge.

*Nøkkelord:* Andelslandbruk, alternative matnettverk, politisk forbruk, aktivisme, fremmedgjøring, prosumerisme

### *Innledning*

De siste årene har det vokst fram nye, korte verdikjeder i matvaremarkedet

som utfordrer det produktivistiske matparadigmets lange, komplekse og globale verdikjeder. Bondens marked, gårdsutsalg, direkte levering, ulike former for urbant landbruk og andelslandbruk er eksempler. Å omtale disse verdikjedene som nye er strengt tatt ikke riktig. Det nye er at de er revitalisert og ofte har en annen begrunnelse i dag enn tidligere.

Denne artikkelen bygger på en studie av et andelslandbruk 20 kilometer utenfor Trondheim sentrum, og er en av få sosiologiske studier av andelslandbruk i Norge. På fem mål dyrkajord produseres det på tredje året ulike grønnsaker på Medlahus andelslandbruk som har 150 andelseiere, hvorav de aller fleste er bosatt i Trondheim kommune. Å være andelseier vil kort fortalt si at en betaler seg inn i årets avling og gjerne også at man legger ned arbeidsinnsats i driften. Jeg besøkte gården hvor andelslandbruket ligger flere ganger i løpet av vår, sommer og høst 2015 og har intervjuet andelseierne. Formålet med studien var å undersøke hva medlemskap i et andelslandbruk forteller oss om folks forhold til produksjon og forbruk av mat. Hva ligger bak ønsket om å gå inn i rollen som matprodusent? Spesielt ønsket jeg å studere i hvilken grad og på hvilken måte andelseierne forstår seg selv som aktører i et større politisk-ideologisk prosjekt.

Studien er ikke en tradisjonell forbruksstudie. Det å bli, og forbli andelseier handler, nær sagt selvfølgelig, om å få tilgang til mat, men for å gjøre det trer man her inn i rollen som produsent. På den måten viskes grensene mellom produksjon og forbruk ut, og det finnes ikke lenger noen mellomledd mellom produsent og forbruker. Det betyr ikke at en studie av fenomenet andelslandbruk ikke kan hente innsikter fra forbruksstudier, men at det å være andelseier går ut over den tradisjonelle forbrukerrollen.

Kondoh (2015) finner i sin studie av andelslandbuksbevegelsen i Japan at det ideologiske grunnlaget er blitt svekket, og det er i pakt med hva Allen m.fl. (2003) viser i sin gjennomgang av alternative matnettverk i California. Ambisjonen om systemendring gjennom deltakelse er svakere i dag enn da matnettverkene ble etablert. Deltakerne er i mindre grad i *opposisjon* til de industrielle verdikjedene, og ser seg mer som et *alternativ* (Allen m.fl. 2003: 61). Disse initiativene synes i større grad enn før å virke innenfor det dominerende kapitalistiske systemet og er altså mindre systemkritisk enn opprinnelig. Det kan være et uttrykk for at folk i større grad opptrer som forbrukere, og i mindre grad som samfunnsborgere når de velger å engasjere seg i alternativer utenfor de vanlige verdikjedene (jf. Johnston 2007). Begrunnelsen for å velge alternativt er politisk og verdimessig begrunnet, men forskjellen er at mens

man tidligere hadde en ambisjon om å bidra til samfunnsendring – dog uten å lykkes – mangler denne ambisjonen i dag. I hvilken grad dette gjenfinnes hos andelseiere i Norge i dag vet vi lite om, men denne studien er et forsøk på å studere de ideologiske beveggrunnene bak framveksten av andelslandbruk i Norge de siste årene.

### *Fenomenet andelslandbruk*

Andelslandbruk er relativt nytt i Norge. Det første, Øverland i Bærum, ble etablert i 2006, seks år senere var ett blitt til fire og i dag (mai 2016) er det 56 andelslandbruk i Norge. Den største veksten har altså kommet de siste årene, med en firedobling fra inngangen til 2015 til mai 2016.<sup>1</sup> Vi finner mange andelslandbruk rundt våre største byer, men de finnes også på mindre steder. Andelslandbrukene er organisert på ulike måter, og ett skille er om de er forbruker- eller produsentdrevet, altså om det er andelseierne eller bonden som står for selve drifta. Mens noen organiserer arbeidet slik at andelseierne selv står for så å si alt arbeid, har andre valgt en form hvor bonden selv gjør det meste av arbeidet, mens andelseierne kun deltar i begrenset grad. Det finnes også andelslandbruk som åpner for at andelseierne får levert produkter uten å legge ned noen egeninnsats.

Andelslandbrukene varierer også i størrelse – fra ti til 450 andeler. Det er likevel noen grunnleggende prinsipper som definerer et andelslandbruk. For det første deler andelseierne den økonomiske risikoen med bonden som eier jorda. Hver andelseier betaler en fastsatt sum før hver sesong som gir bonden en garantert fortjeneste. Blir det et godt år blir det mer å dele mellom andelseierne, mens det blir mindre hvis vekstsesongen ikke slår til. Videre er andelseierne selv med på å sette rammene for driften, og et andelslandbruk er et kollektiv som baserer seg på tillit. Dette krever åpenhet i alle ledd, spesielt når det gjelder økonomi. Grønnsaker er den vanligste produksjonen i andelslandbrukene, men det finnes også andelslandbruk som produserer kjøtt, egg, frukt og bær.

Ifølge de fleste kilder oppsto fenomenet først i Japan på 1960-tallet under betegnelsen *teikei* som direkte oversatt betyr ”partnerskap”, eller direkte oversatt ”food with the farmer’s face on it” (Wells & Gradwell 2001: 107). *Teikei* oppsto som en del av den alternative matbevegelsen på 1960-tallet – en grasrotbevegelse med intensjon om å skape et alternativt landbrukssystem gjen-

nom økologisk produksjon og forbruk (Kondoh 2015: 143). Muligheten til å få tilgang på mat som var produsert uten bruk av plantevernmidler, som utover på 1960-tallet hadde bredt om seg i det japanske jordbruket i stor skala, var en sentral motivasjon for at grupper av forbrukere gikk sammen om produksjonsavtaler med lokale bønder (Kondoh 2015: 145). Teikei-bevegelsen ble svekket utover på 1980-tallet, men i samme periode kom fenomenet til Tyskland (Solidarisches Landwirtschaft) og med inspirasjon fra Tyskland ble det første andelslandbruket i USA (Community Supported Agriculture) opprettet i 1986 (Forbes & Harmon 2007:66). I dag finnes det varianter av andelslandbruk i mange land og i store deler av verden.

### *Alternative verdikjeder*

Verdikjedene for mat har blitt stadig mer komplekse, uoversiktlige og globale (Lang m.fl. 2009: 145). Avsløringen av bruk av hestekjøtt i lasagne våren 2013 eksemplifiserte vår tids globale og uoversiktlige verdikjede for bearbejdede matvarer. Den bidro til å svekke forbrukertilliten til aktørene i matvareindustrien (Barnett m.fl. 2016). Denne svekkede tilliten er en av drivkreftene bak framveksten av alternative verdikjeder (Allen m.fl. 2003, Jarosz 2008, Lang & Heasman 2004). Forbrukerne ønsker å ta tilbake noe av kontrollen over maten og alternative verdikjeder blir en strategi for å redusere usikkerhet og risikoopplevelse i et åpent globalt matvaremarked (Lamine 2005, Lang & Heasman 2004).

De alternative verdikjedene karakteriseres av kortere avstand og færre ledd mellom produsent og forbruker. Den geografiske avstanden blir også kortere – maten produseres, omsettes og forbrukes i det området den produseres. Det er altså kortreist mat. Ofte er det, som for Bondens marked og gårdsutsalg, ingen ledd mellom produsent og forbruker, men et direkte møte mellom aktørene i hver ende av kjeden. Et møte som muliggjør økt tillit og bedre forståelse for bondens situasjon (Vittersø og Jervel 2011). For andelslandbruk er produsent og forbruker samme person og det er strengt tatt ikke lenger snakk om en *verdikjede*, men at personen er det Toffler (1980) omtaler som en *prosumer*.

De alternative verdikjedene er videre karakterisert av produksjonsformer som står i kontrast til det industrielle volumlandbruket. Ofte driver de økologisk og produksjonen er i mindre skala. De er likevel mer enn rene salgskanaler ved at de bygger på en helhetlig ideologi om hvordan matvaresystemet

bør organiseres for å være bærekraftig både sosialt, økonomisk og miljømessig (Allen m.fl. 2003). Ofte har de vokst ut av sosiale bevegelser innenfor miljø, bærekraftig landbruk, sosial rettferdighet eller forbruk, helse og trygghet (Qazi & Selifa 2005, Lang & Heasman 2004, Kondoh 2015).

En skal være forsiktig med å overføre resultater fra et land til et annet. Både forståelsen av forbrukerrollen (Jacobsen og Dulsrud 2007:472) og måten mat produseres på er forskjellig fra land til land. Flere studier har vist at norske forbrukere både absolutt og relativt i forhold til forbrukere i mange andre land, har høy tillit til norsk matproduksjon og til dem som kontrollerer maten (bl.a. Torjussen 2004, Kjærnes m.fl. 2007, Storstad 2007, Kjærnes & Lavik 2008). Dette skyldes i hovedsak en kombinasjon av få matskandaler, liten risiko for matbåren sykdom og en småskala landbruksstruktur (Storstad 2007). Høy tillit har gitt norske forbrukere en opplevelse av å ha mindre grunn til å opponere mot norsk landbruk (Storstad 2002). De omtalte studiene ligger noen år tilbake i tid, og det er grunn til å spørre om tilliten er den samme i dag som den gang? Det har skjedd betydelige strukturelle endringene i norsk landbruk siden disse studiene ble gjennomført, vi har hatt noen større nasjonale matskandaler og fått et økt fokus blant forbrukerne både på helse og miljø (Bugge 2015) som hver for seg og sammen kan ha bidratt til å endre forbrukernes oppfatning av hvordan mat produseres i Norge. Med andre ord, at forbrukerne i større grad reflekterer over måten mat produseres på, og at dette slår ut i et ønske om alternative og korte matvarekjeder. Den økte interessen for andelslandbruk representerer i så måte et brudd med den nærmest tattforgitte tilliten som norske forbrukere synes å ha hatt til norsk landbruksproduksjon. Økt interesse for lokalprodusert mat mer generelt, økt salg av økologisk produsert mat, større bevissthet rundt dyrevelferd og flere vegetarianere kan være uttrykk for samme endring. Det er derfor interessant å studere fenomenet andelslandbruk i et forbrukeraktivismeperspektiv.

Forbrukeraktivismeperspektivet som benyttes her, innebærer å betrakte det å være andelseier som en form for etisk eller politisk forbruk, hvor ulike ideologiske diskurser, romantiske idealiseringer og alternative markedspraksiser og relasjoner bindes sammen (jf. Thomson & Coskuner-Balli 2007). Som forbruk kan andelslandbruk, i likhet med hva Zitcer (2015) anfører for forbruker-matkooperativer, forstås som en form for etisk eller politisk forbruk. Det finnes flere definisjoner av etisk forbruk, men de fleste omfatter både boikott og positivt kjøp av produkter som representerer et bedre etisk alternativ når det gjelder forhold som menneskerettigheter, arbeidsforhold,

dyrevelferd, miljø, etc. (Doane 2001). Det dreier seg altså om å ta samfunnsborgerrollen inn i aktiviteten som forbruker.

Den etiske forbruker er en aktiv, bevisst og kritisk forbruker, med spor tilbake til Rochdale i det nord-vestlige England hvor samvirkebevegelsen oppsto som den første organiserte forbrukerbevegelsen i 1844 (Fairbairn 1994). Med økende miljøbevissthet på 1970- og 80-tallet vokste det Lang og Gabriel (2005) omtaler som den fjerde bølgen av aktive forbrukere fram. Ved å velge riktig var det ”up to the consumer to choose whether to save or destroy the planet” (Lang & Gabriel 2005: 49). Grønt forbruk var forløperen til det vi i dag forstår som etisk forbruk. Det ble satt spørsmålsteget ved grensene for økonomisk vekst og det vokste fram en kritikk mot forbrukersamfunnet. Allerede fra 1960-tallet fikk man i flere vestlige land de første spesialbutikkene som solgte ”wholefoods”, ren, naturlig og helsebringende mat (Franklin 2002). Det å spise ren, naturlig og ubesudlet mat ble et tydelig symbolsk uttrykk for solidaritet med en rekke politiske saker og på den måten ble mat politisert (Franklin 2002:201). Livet til småbrukerne var idealet for denne bevegelsen.

### *Metode og data*

Valget av nettopp Medalhus andelslandbruk er ene og alene et praktisk valg. Med så hyppige besøk over en lengre periode var jeg helt avhengig av å velge et andelslandbruk som lå nært i forhold til hvor jeg selv bor. Som beskrevet innledningsvis er andelslandbrukene forskjellig utformet, og det er grunn til å tro at resultater fra ett andelslandbruk ikke er direkte overførbart til et annet. Likevel er de ikke mer forskjellig enn at funn fra denne studien sier noe mer allment om hva det å være andelseier er eller kan være.

Etter å ha fått klarsignal fra styret i Medalhus andelslandbruk om at jeg var hjertelig velkommen, utformet jeg et informasjonsskriv hvor jeg skrev litt om meg selv og hensikten med undersøkelsen. I tillegg skrev jeg at jeg ønsket å snakke med noen av andelseierne under mine besøk, men at det selvsagt var helt frivillig. Jeg fikk imidlertid ingen avslag på intervjuforespørsler. Informasjonen ble sendt til alle 150 andelseiere, og jeg erfarte at de jeg kontaktet hadde lest det. Når jeg presenterte meg var den vanlige tilbakemeldingen ”å ja, du er hun som skal forske på oss”.

Jeg var på andelslandbruket sju ganger i perioden 30. mai til 12. september 2015. Datamaterialet består av samtaler med til sammen 18 andelseiere. Totalt

består datamaterialet av sju timer intervju som er transkribert av meg selv i ettertid.

Jeg intervjuet 16 kvinner og seks menn. 71 prosent av andelseierne i Medalhus andelslandbruk er kvinner, og utvalget reflekterer altså kjønnskjevheten i populasjonen. Det at det er en betydelig overvekt av kvinner som er andelseiere finner man igjen også i internasjonale studier (bl.a. Wells & Gradwell 2001, Brehm & Eisenhauer 2008). Åtte av de jeg intervjuet var fra slutten av 20-årene til ca. 40 år og alle disse hadde barn. Tre informanter var i 40-årene og disse hadde også mindreårige barn. Fem av informantene var i femtiårsalderen, mens de resterende sju var 60+. Av medlemmene i andelslandbruket er 25 prosent 35 år eller yngre, 30 prosent er 36–45 år, 25 prosent er 46–55 år og de resterende er 56 år eller eldre. Alle jeg intervjuet hadde høyskole- eller universitetsutdanning. Den kraftige overrepresentasjonen av personer med høyere utdanning gjenfinnes også i en norsk kartlegging av andelseiere (Hvitsand 2014) og i internasjonale studier (Perez m.fl. 2003, Brehm & Eisenhauer 2008). Fire av de jeg intervjuet er født og oppvokst i et annet europeisk land. De fleste intervjuene er gjort med enkeltpersoner, ett intervju er med et ektepar, mens to av intervjuene kan karakteriseres som mini-fokusgruppeintervju.

### **Å gjøre (plante)feltarbeid**

De fleste intervjuene ble gjort i åkeren mens informantene arbeidet. Tre av intervjuene foregikk mens informantene var opptatt med å passe egne barn og ett mens tre andelseiere hadde pause i arbeidet. Jeg hadde ikke sett for meg at jeg skulle jobbe sammen med informantene mens jeg intervjuet dem. Når det likevel ble slik, var det fordi det framsto som det eneste naturlige å gjøre. Det er det de gjør når de er på andelslandbruket. De jobber i åkeren, og ved å ta hensyn til dette unngikk jeg å føle at jeg forstyrret dem i arbeidet. Det var heller ingen praktisk grunn til at jeg ikke kunne gjøre det på denne måten – båndopptakeren flyttet jeg foran oss mens vi snakket og arbeidet. Jeg valgte altså å tilpasse meg de oppgavene som informantene til enhver tid holdt på med. Det betød også at selve arbeidet ofte bestemte når samtalen var over. Samtalen kunne finne sin naturlige avslutning ved at vi var kommet til veis ende med den raden vi holdt på å luke eller at ved at den jeg snakket med måtte avbryte arbeidet fordi et barn krevde oppmerksomhet.

Fordi intervjuene skjedde i åkeren stilte jeg uten intervjuguide. Selv om det var jeg som stort sett stilte spørsmålene og på den måten styrte samtalen,

var intervjuene mer samtaler enn intervju. Det eneste forarbeidet jeg hadde gjort var å tenke gjennom noen stikkord for tema jeg måtte huske på å komme innom i løpet av intervjuet. I ettertid mener jeg at dette fungerte godt og at jeg ikke har tapt noe på å ikke ha utarbeidet en ferdig intervjuguide. Jeg har for eksempel stilt nærmest likelydende spørsmål til mange av informantene.

Valget om å ikke ha en ferdigutarbeidet intervjuguide var altså først og fremst et praktisk valg, men også av hensyn til behovet for å skape en avslappet stemning mellom meg og informantene. På sett og vis medførte dette også at vi ble mer likeverdige – jeg gikk inn i det praktiske arbeidet sammen med informantene. Dette formet selvsagt den sosiale situasjonen intervjuene foregikk i og kan ha åpnet opp for flere digresjoner enn man har i et mer strukturert intervju med veldig avklarte roller mellom informant og forsker. Med et unntak av et par intervjuer tror jeg likevel ikke det var en konsekvens. Selv om intervjuene stort sett skjedde mens jeg deltok i det praktiske arbeidet i åkeren var jeg bevisst på at det var jeg som styrte samtalen, og jeg var hele tiden konsentrert om hva informantene sa slik at jeg kunne følge opp med gode oppfølgingsspørsmål for å komme nærmere andelseiernes motivasjon for nettopp å ligge på kne i åkeren å luke. Intervjuformen har mye til felles med hva Rubin & Rubin (2012: 5) omtaler som *responsive interviewing* (oppmerksom eller lydhør intervjuing) hvor nettopp det å ha fokus på hva informantene sier for så å følge opp med spørsmål som ”graver” videre, er det essensielle. Dette krever i seg selv ingen ferdigutarbeidet intervjuguide, men at forskeren kjenner feltet. På mange måter kan denne formen sies å ligge nærmere den frie og uformelle samtalen som er idealet for dybdeintervjuer og som derfor kan forstyrres av bruk av en intervjuguide (Tjora 2012: 135).

Konteksten datainnsamlingen skjedde i gjorde også at det kunne komme til personer underveis i intervjuet. Det vil si at det som startet som en samtale mellom meg og en andelseier kunne ende opp som et ”fokusgruppeintervju”. Ved en anledning skjedde dette ved at jeg og andelseieren jeg snakket med nådde igjen to andre andelseiere som luket i de to naboradene. Den andre gangen sto jeg i åkeren og snakket med tre andelseiere og etter hvert kom to andre til og ble en del av samtalen. Som nevnt er fire personer kun med i små sekvenser av intervjuene. Det kan for eksempel være en person som spør om vi vet hva som skal gjøres i åkeren i dag, og det utspiller seg mer en samtale mellom min primærinformant og denne personen, enn at jeg snakker med vedkommende.



## Analyse

Jeg har både gjennomført og transkribert intervjuene selv og det jeg var konsentrert rundt var informantenes fortellinger om hvorfor de lå på kne i åkeren og lukte når de kunne ha valgt å kjøpe alt de trengte av grønnsaker i butikken. Analysen var altså temasentrert. Internasjonale studier av motiver for å være andelseier viser at disse er flere og ofte sammensatte, men motiver som å få god tilgang til økologiske, lokale og ferske produkter, få kunnskap om hvordan mat produseres både for egen del og for barnas del, at det oppleves som bra for helsa å være ute og gjøre fysisk arbeid, at det er en aktivitet som gir positive følelser, glede og tilfredsstillelse og at det er sosialt, er årsaker som går igjen i flere av studiene (bl.a. Chen 2013, Brehm & Eisenhauer 2008, Lea m.fl. 2006, Perez m.fl. 2003). Mye av dette gjenfinner jeg i studien fra Medalhus, men mitt formål er ikke å gi en dekkende beskrivelse av hvorfor man blir og forblir andelseier, men å gå nærmere inn på de mer politisk-ideologiske grunnene.

### Ikke-funn: det å være andelseier er ikke politisk aktivisme

Det å være andelseier ble av mange av informantene forstått som å ha noe politisk-ideologisk ved seg, men ingen av dem jeg intervjuet forsto handlingen som en form for politisk *aktivisme*. For Sigrid er ikke det at det er økologisk viktig i det hele tatt. Hun kjøper like gjerne konvensjonelt som økologisk, hun er ikke ”av de som er mest *der*”. Sigrid er ”ikke noen protesttype eller sånn”. Også Hanne og Håkon avviser at det er snakk om noen form for politisk aktivisme, og som vi skal se er det viktig også for Hanne å markere avstand til ”de der”.

Hanne og Håkon er et ungt ektepar med to mindre barn som har sin første sesong i andelslandbruket. De har en bevisst miljøtankegang i alt sitt forbruk, og selv om de noen ganger gjør ”dårlige ting” så vet de ”i alle fall om det”. De framstår som å være reflekterte og bevisste forbrukere. De kjøper så å si alt av klær brukt. Likeså møbler, og de har elbil. Likevel er de usikre på om det å være andelseiere inngår i en bevisst miljøstrategi.

Jeg: Er dette en politisk aktivitet?

Håkon: Nei, ikke for meg.

Hanne: Jeg synes at det er litt i pakt med det jeg vil stå for. Det passer inn i hvem jeg er. Men samtidig skjemmes jeg litt. Eller jeg kjenner meg litt sånn grønn bølge-

aktig og det er kanskje ikke noe jeg identifiserer meg med. Men det er likevel noe som jeg synes kjennes bra.

Det å være andelseier ”er i pakt med” det de ”vil stå for”, men likevel avvises det kontant at dette er en form for aktivisme. Det er mer at det passer inn i deres ønske om en miljøbevisst livsstil. Hanne er i tillegg opptatt av å markere avstand til de som er ”sånn grønn bølge-aktig”, altså til ”de der” som også Sigrid omtaler det som. Hanne vil ikke ”være ekstrem”. Hun vil være ”vanlig” fordi hun vil at ”det er slik man skal tenke”. De tar ansvar for egne valg og andre må ta ansvar for sine.

Mens Hanne og Håkon ikke ønsker å bli forstått som ”sånn grønn bølge-aktig” ser Line og Svanhild klare paralleller til nettopp den grønne bølgen på 1970-tallet. Begge er også i en alder hvor de – i motsetning til Hanne og Håkon – var voksne på 1970-tallet

Alt det som folk snakker om med stor begeistring var man like begeistret for 30 år siden, ikke sant. Og det er så artig å se hvordan det blir nyoppdaget på nytt. (...) Så nå tenker jeg ”yes, nå skjer det ett eller annet også i Norge”. (Line)

Jeg er jo opptatt av miljø. Det er jo det viktigste for meg. Nå har det jo blitt så mye av dette. Studentene på NTNU og ... (...) Jeg hadde liksom gitt opp litt, så det er jo helt supert med denne store interessen. Det gir jo liksom litt framtidstro. (Svanhild)

Selv om ingen av dem jeg snakker med forstår seg som aktivister, deler de syn på kritikken av det industrielle volumlandbruket og plasserer sitt engasjement som andelseiere i en slik kontekst. Line mener at ”det ikke går med en framtid med industrielt landbruk. Så snart den industrielle tankegangen sniker seg inn så er det ferdig”. Grete synes det er ”et alternativ til disse store gigantiske landbrukene som er industrielle”, men aviser at det er et politisk prosjekt.

Nei, det er ikke et politisk prosjekt ... Ja, nei ... altså det er jo noe politikk oppe i dette her, men altså jeg er jo ikke noe politisk. (...) Du stiller så vanskelige spørsmål. Jeg har ikke tenkt så nøye over dette her. Jeg har ikke noe sånn ”å ja, dette her er det jeg brenner for. Det her synes jeg er det mest viktigste”. Nei, det er ikke sånn. Men jeg synes det er viktig. Og jeg synes jo det er artig. (...) Å komme hjem og spise salat som du har vært med å dyrke og ikke gått på butikken. Ja, jeg synes jo det er litt OK. (...) Meningsfullt og viktig og jeg synes jo også at det er en personlig tilfredsstillelse i det. (Grete)

Det å kjøpe seg inn i et andelslandbruk er ikke politisk aktivisme, men det betyr altså ikke at handlingen ikke er politisk. ”Det har en politisk dimensjon” for å bruke Katrines formulering. Men det er mer et individuelt verdivalg som bærer i seg et ”signal for hva som er riktig vei i forhold til hva vi utvikler verden til videre” (Turid) og det er en kritikk av industrialiseringen av det konvensjonelle landbruket. For Turid er riktig vei at man ”begynner å ta hensyn til miljøet”, for hvis vi ikke gjør det ”så har vi ikke så mye jord å leve på til slutt”. For Katrine handler det å være andelseier ”også om nettopp klima og miljøpolitikk. Og det blir veldig enkelt å gjøre noe konkret. At man føler at man er med i riktig retning”.

### Overkomme fremmedgjøring

Det å være andelseier betyr at man gjør konkrete, praktiske arbeidsoppgaver, som såing, planting, lusing og høsting. Å være andelseier er ikke bare noe man er, det er også en praksis, noe man *gjør*. Selve arbeidet omtales som positive aktiviteter. For en gruppe var selve arbeidet den sterkeste motivasjonen for å bli og forbli andelseier. Det var det man oppsøkte. For andre var det noe som fulgte med om man skulle få et rikt utvalg av økologiske grønnsaker utover sommeren og høsten.

For Sigrid er det å arbeide i åkeren ”ikke arbeid”. Hun ”koser” seg fordi hun har noe å holde på med mens hun får være ute. Dette er tanker hun deler med Gry som også får gjøre noe som er nyttig samtidig som hun får være ute i frisk luft. For Gry er det å jobbe i åkeren ”mindfullness”. Hun føler at hun ”kobler av”. Nyere forskning har vist at hagearbeid har en avstressende effekt (Van den Berg & Custers 2011), og Kingsley m.fl. (2009: 215) finner i sin studie av community gardens (parselhager/felleshager) at medlemmene opplever arbeidet som ”being a source of reinvigoration, relaxation and being therapeutic”.

Relatert til dette er gleden over selv å produsere noe. Grete gleder seg til grønnsakene skal høstes. Hun synes det er ”kjempåleireit at det er salat og reddiker som kan tas med hjem i dag” og når hun kommer hjem skal hun ”sette reddikene på bordet” og så skal hun si ”se her (hun ler godt), her har vi vært og plukket selv”. For Gry er det å produsere egne grønnsaker ”litt sånn der tilbake til naturen”. Hun er opptatt av miljø, men selv om det ikke er noe hun har ”tenkt bevisst på”, avviser hun at det ligger et miljøengasjement bak. Hun er mer ”opptatt av hvor maten kommer fra” og så liker hun å lage mat

fra bunnen av. Hun er ”opptatt av at barna ikke får i seg så mye ting som man ikke vet hva er”.

Jeg føler meg som en sånn 40-årskrise altså, men det er bare å prøve å skjønne det man ikke har skjønt før om hvor maten kommer fra. Noen helt grunnleggende ting som jeg føler at vi i dag har blitt veldig fjern ifra. Ikke akkurat at jeg ser for meg å starte opp et småbruk eller noe sånt, men mer å vite at maten kommer i fra jorda her og ja, nei jeg vet ikke egentlig. (Gry)

Å vite hvor maten kommer fra er noe ”grunnleggende” som ”vi i dag har blitt veldig fjern fra” og Gry vil prøve å finne tilbake til det ved å bli andelseier. Det Gry, og mange med henne, beskriver er å føle seg fremmedgjort fra industrialisert matproduksjon.

Fremmedgjøringen handler også om tap av kontroll over hva maten inneholder og dermed også hva man putter i egen kropp. Når Hanne skal forklare meg hvorfor det er viktig for henne at hun vet hvor maten kommer fra, sammenligner hun det med å fylle drivstoff på bilen.

Da er jo veldig viktig om du putter i diesel eller blyfri 95. Derfor er det bedre å komme nære grønnsakene og vite at det er grønnsaker enn å gå og kjøpe noe som er oppkøkt av noe man ikke vet hva er i butikken. (Hanne)

”Å komme nære grønnsakene”, eller mer generelt maten, synes å være noe av kjernen i dette med ”å vite hvor maten kommer fra”. I dette ligger det at mest mulig spor av natur og det naturlige oppleves å gi ren, sunn og trygg mat, og denne oppfatningen er vist i mange studier (bl.a. Truninger & Sobral 2011). Ren mat betyr ikke ren i betydningen vasket – rett fra jorda og med spor av jord er, ren mat. Mens Inger forteller om at hun gleder seg til høsten for da skal sønnen få være med ”å dra opp gulrota og spise den med jord på”, forteller Kari om at ”det er gunstige bakterier i jord”. Karl argumenterer for det samme når han forteller at dette er den måten vi har forholdt oss til mat på ”i tusener av år og da har det gått bra med oss”. Det er ”når vi spiser industrialisert mat at det ikke går så bra”. Dagens barn er sykere enn tidligere, de er ukonsentrert og ”de har mer tungmetaller i kroppen enn noen andre barn i verden”.

Karl ser en klar sammenheng mellom hva vi spiser, hvordan maten er produsert og helseeffekter i vid betydning: ”dess mer naturlig mat, dess bedre effekt har den”. Det ”å vite at grønnsakene er 100 prosent rene” er viktig for

Kjersti. Det føler hun at hun ikke vet med grønnsakene hun kjøper i butikken, men her har hun ”kontroll med hva som er i grønnsakene”.

Turid ”bor i leilighet med vestvendt balkong”, men hun ”prøver med tomater hvert år. I år ble det fire så store tomater (hun viser med fingrene at de ble ”så store”, eller rettere ”så små”). På fire, nei fem planter. Så det blir liksom ikke noe av det”. Turid mangler kompetanse og hun vil også gjerne ha muligheten til å reise på ferie om sommeren og da er det enklere med andelslandbruk enn å ha egen hage som hun er alene om ansvaret for. Turid forteller at hun har jobbet i blomsterbutikk og at hun liker blomster, men likevel er det ikke helt det samme å se blomster vokse som å se grønnsaker vokse. Som mange andre av de jeg intervjuet liker også Turid å plukke bær og sopp, noe som jo også er matauk, men heller ikke det er det samme som å dyrke egne grønnsaker.

Her bidrar man mer i sin egen livsstil. At jeg jobber mer for min egen mat. Som fritidsaktivitet, for meg blir jo dette en fritidsaktivitet, så er det noe som føles veldig meningsfullt. Det er litt artigere at det faktisk er noe man kan spise. (...) Å plukke bær blir mer sånn ”ja, ha så har jeg litt bær”, men her er det stort sett det jeg trenger av grønnsaker fra nå og til november i alle fall. Så det blir liksom litt mer... Det er her er lokalbutikken for grønt. For å si det sånn. Det blir mer av det. Det føles som om det blir mer nytte av innsatsen enn det blir av å plukke ett og ett blåbær. Det her er jo mer *mat*, mens bær er jo mer et tillegg til den kosten man har. Tenker jeg. Det her *er* jo det jeg skal spise. Det her er i stedet for å kjøpe ting. (Turid)

Det er å ta ansvar for egen matproduksjon og det er noe vi har godt av og det handler om verdier.

Det handler om å ta vare på omverden, altså den miljøtankegangen om å ta vare på verden rundt oss. Det er bra for mennesker å faktisk være mer aktivt med i sin egen produksjon. Dels så vet man ... bare dette med å lære seg hvor mye på en grønnsak man kan spise betyr at man får bedre kunnskap og så er det, er det, hva skal jeg kalle det, terapien i det. Det gjelder kanskje ikke alle, men for min del er det godt for meg å holde på. Det er noe med fingrene i jorda og bruke en dag å luke ugress. (Turid)

Det å være andelseier synes å dekke behov eller lengsler som den moderne urbane forbruker ikke føler å få dekt gjennom å være forbruker. Det å opp-

arbeide seg kunnskap om å drive jorda, se ting vokse, høste sine egne grønnsaker er helt sentralt for å forstå fenomenet andelslandbruk. Videre er dette kunnskap og verdier som man ønsker å innvie sine barn i. Andelslandbruket er altså et oppdragende prosjekt både for voksne og barn.

### Barneoppdragelse

Å vite hva maten man gir til barna inneholder er viktig. For Martin er det å være andelseier i stor grad ”for hun her da” (peker på datteren som sitter i barnevognen). I tillegg er det viktig for Martin at grønnsakene er økologiske, slik at de har ”kontroll på hva som er i [dem]”. De har begynt å handle mer økologisk etter at de fikk barn. Statistikk viser at barnemat er en varekategori hvor andelen økologisk har ligget høyt i flere år (Landbruksdirektoratet 2015). De ønsker å være ”litt sånn føre-var i tilfelle forskningen om ti år har vist noe vi ikke vet i dag”. Martin tror kanskje ikke det ”er så sannsynlig”, men de har liksom ikke ”råd til å ta den risikoen da”. Men også for Martin er det viktig at ”hun skal få forstå hvor maten kommer fra” og at ”den ikke bare dukker opp på butikken av seg selv”.

Trine har to mindre barn og har i flere år prøvd ”å så planter inne hjemme for at de [barna] skal se at plantene gror dag for dag”. Men ”det blir jo liksom ikke noe av det”. Hun har innsett sin egen begrensning som gartner, men opplever at hun får realisert ønsket om at barna skal få lære hvor maten kommer fra på andelslandbruket. Her får hun kyndig veiledning fra personer som kan faget. Det hun ikke får til alene, får hun til sammen med andre på andelslandbruket. I en sekvens av samtalen forteller Trine meg en historie fra sist år, da hun hadde vært med sin eldste datter på andelslandbruket.

Trine: Når Sanna kom hjem i fjor høst (...) så ”pappa, pappa, vet du hva? Vi spiste gulrøtter og vet du hva? De vokser i jorda” (Trine ler) Det var liksom verdt hele andelen.

Jeg: Synes du det er rart at de tenker slik?

Trine: Jeg tenker at på ett eller annet punkt så vil de jo oppdage at ting kommer fra jorda, men det var liksom VET DU HVA???? (Trine ler). Unger opp til en viss alder har i alle fall en uklar formening om hvor mat kommer fra. Hun har aldri sagt at hun tror at gulrota kommer fra butikken. Jeg vet ikke om hun har reflektert over det. Sant! Men plutselig skjønnte hun at *vi* plukket gulrøtter som vokser i jorda. Og det kan jo være at hun fortsatt har to sett med gulrøtter i hodet sitt – noen som kommer fra butikken og noen som vokser her – det ser jeg ikke bort

fra (Trine ler). Men på ett eller annet tidspunkt vil det jo gå opp for henne at det er de samme.

Avstanden mellom bonde og forbruker har blitt lengre, både geografisk og mentalt. Stadig flere av oss bor i byer og det er ikke like vanlig som det en gang var at minst en av besteforeldrene bodde på gård. Mange av oss føler oss fremmedgjort fra matproduksjonen, og framveksten av alternative, korte verdikjeder for mat kan bedre forstås som et ønske om å overkomme denne fremmedgjøringen enn som politisk aktivisme.

### Diskusjon og implikasjoner

Å være andelseier er mer en aktivitet enn en "forbrukshandling", mer noe man gjør enn noe man er, og det å være andelseier kan derfor forstås som en motreaksjon mot utviklingen av landbruket. En utvikling som oppleves å gå i feil retning. Det er et ønske om "back to basic". Tilbake til naturen, eller til det som forstås som naturlig. Tilbake til det de opplever gikk tapt med industrialiseringen av landbruket og som gjorde dem fremmede overfor den maten de spiser. Et sentralt aspekt ved andelslandbruk synes altså å være at det reetablerer kontakten mellom den enkelte og produksjonen av mat.

Deltakelse i andelslandbruk kan videre forstås som del av et identitetsprosjekt. Det er ikke politisk aktivisme i betydningen som ble presentert innledningsvis, men inngår i et livsstilsprosjekt som handler om å ta det som oppleves som riktige valg på vegne av både egen helse og miljøet. Det hører sammen med aktiviteter som å handle brukte klær og møbler, ikke kaste mat, kjøre elbil, gå eller sykle. I dette ligger det mening fordi de gjør det de mener er riktig både for seg selv, for sine egne barn og for samfunnet som helhet. De tar ansvar for seg selv og sine egne valg, men er samtidig eksplisitte på at de ikke tar ansvar for å endre samfunnet.

Wells & Gradwell (2001: 117) finner i sin studie av andelslandbruk i Iowa, USA, at andelslandbruk er, eller trolig mer presist, kan være "a system of resource management characterized by caring". Andelseierne uttrykker at de gjennom sin deltakelse bryr seg om hvordan jorda brukes og forvaltes. Jeg gjenfinder noe av det samme i mine data. Å delta i andelslandbruk blir for enkelte nærmest en moralsk handling som har verdi for dem selv (jf. Nielsen og McGregor 2013), og som derfor også inngår i et identitetsprosjekt. Det har paralleller også til Kozinets & Handelmans (1998) studie av boikott. De hadde

forventet å finne at boikott var et resultat av at man identifiserte seg med spesielle interessegrupper eller bevegelser i samfunnet, men fant at det snarere ”seems to be motivated by a drive for moral self-realization” (Kozinets & Handelsmans 1998:476). Moralsk selvrealisering vil si at man bruker boikott – eller i denne studiens tilfelle, eierskap i et andelslandbruk – ”in an inner process that assists them in (re)discovering transcendent morality within an amoral commercial culture” (Kozinets & Handelman 1998: 477). Man bruker sin rolle som forbruker til å markere at man tar avstand fra en produksjonsmåte, en produsent eller den politikk et land fører. Dette er på mange måter en kombinasjon av det Hirschman (1970) omtaler som henholdsvis voice og exit. Smith (1990) bruker boikotten av varer fra Sør-Afrika som eksempel på at boikott gjerne er en handling som folk brukte fordi de syntes det var en moralsk plikt å vise at de tok avstand fra apartheid. Det er handlingen i seg selv som er viktig for den enkelte. Effekten av handlingen er av mindre betydning.

Hvis vi holder oss til det Jensen (2007: 192) omtaler som en relativt enkel definisjon av identitet, nemlig ”det som gir opplevelse av sammenheng og selvbilde i ett liv”, framstår fenomenet andelslandbruk som et interessant case for å utforske sammenhengen mellom politisk forbruk, identitet og livsstil. Føllesdal (2007) utvider forståelsen av hva politisk forbruk kan være med nettopp å knytte det til identitet og den enkeltes livsstilsprosjekt som samsvarer med den politiske dimensjonen jeg finner i mitt datamateriale, og som Jacobsen og Dulrud (2007: 471) påpeker er en viktig utvidelse av begrepet politisk forbruk for å forstå dets dynamikk og potensial. Dette er en form for politisk forbruk som må betraktes som et aktivt verdiuttrykk og som gjerne betegnes som post-materialistiske verdier hvor de ikke-materialistiske verdier prioriteres, samt at man ikke krever at andre borgere bør reagere på samme måte eller at bedrifter bør endre sin politikk (Føllesdal 2007: 6). Sammenhengen mellom etisk forbruk og identitet blir også tydelig når man ser på de ulike begrepene som brukes til å beskrive ulike former for etisk forbruk, hvor enkelte går langt i retning av å beskrive levesett (f.eks. voluntary simplicity).

Mine informanter avviser at det å være andelseier er politisk aktivisme, men samtidig avvises det ikke at det er noe politisk. Det er ikke aktivisme fordi de ikke har noen ambisjon om å påvirke andre og endre ”verden” gjennom sin deltakelse i andelslandbruk, samtidig som det er politisk fordi det er en handling som bringer deres eget liv mer i pakt med egne verdier om hva som er riktige valg. I så måte er det en form for *individualisert aktivisme* som



frakobler det politisk, strukturelle nivået og som dermed også gir politikerne mulighet til å abdisere. På individuelt nivå er det derfor vanskelig å betrakte forbruk som en politisk handling – det er først når mange gjør nøyaktig det samme at handlingen har mulighet til politisk endring. Det er altså først når individuelle handlinger aggregeres at de får påvirkningsmakt.

At forbruk også har en symbolsk side og inngår i folks identitetsskapende prosesser er neppe en kontroversiell påstand fra en sosiolog, men forbruk kan også bidra til at folk blir fremmedgjort fra seg selv. Andelseieren kan oppleves som den fremmedgjorte matforbrukeren og parallellen til Marx arbeider som fremmedgjøres overfor sitt eget arbeid og blir ”forced’ to become consumers by buying the products they or their fellow workers have made” (Miles 1998: 17). Når nesten alt kunne kjøpes, hevdet Marx at ”we fail to see that things are tied to people and people to things” (Lury 2011: 38). Det å være andelseier synes å være et forsøk på overkomme denne fremmedgjøringen overfor den maten vi spiser, og det gjøres ved å selv bli produsent.

Toffler (1980) beskriver hvordan vi har gått fra å selv produsere det vi konsumerer til å skille de to aktivitetene, for så i det post-industrielle samfunnet igjen i større grad å bli prosumere. Den økte interessen vi ser for matlagingskurs, kurs i hagestell og strikking er et uttrykk for dette fenomenet. Forskning på gjør-det-selv og håndverk er en del av dette bildet, og framveksten av ulike former for bytteøkonomi muliggjort gjennom internett er også beslektet (Ritzer m.fl. 2012).

Andelslandbruk føyer seg inn i denne samfunnstrenden, som dermed handler om mer enn å produsere sin egen mat. Gabriel m.fl. (2015: 637) påpeker at gjør-det-selv-aktiviteter (prosumerisme) ofte er motivert av motstand mot globalisering, kommodifisering, negative miljøeffekter og utnyttning av befolkningen i land i den tredje verden (Gabriel m.fl. 2015: 637). Flere av de samme begrunnelsene vi finner for etisk forbruk og prosumerisme ligger også bak framveksten av alternative matnettverk som for eksempel andelslandbruk. Videre reflekterer disse prosumer-aktivitetene forbrukeres behov for å gjenvinne kontroll over produksjonsprosessen (Gabriel m.fl. 2015: 637). Dette er mekanismer som går tydelig fram av mitt datamateriale.

Dickinson & Carsky (2005: 32–33) lister for eksempel opp sju mulige effekter av etisk forbruk i tillegg til at det gir forbrukerne ”the hope of bettering society”. Blant disse bieffektene er at det kan gi forbrukerne en sterk rettferdighetsfølelse som vil måtte påvirke økonomenes forståelse av forbruk og at folks følelse av å være en del av et samfunn øker. Denne følelsen fremkalles i liten

grad gjennom tradisjonell stemmegiving, mens en gjennom ”å stemme med lommeboka” lettere kan få en følelse av å bety noe, av å være del av en større helhet. Dette aspektet ved politisk forbruk gjenfinnes i mitt datamateriale, men ikke som politisk aktivisme i klassisk betydning, men snarere et personlig behov for å gjøre det en selv opplever som riktig, uten å ha noen ambisjon om å få med andre eller snu opp ned på verken måten mat produseres på eller samfunnet for øvrig. Andelslandbruk er i så måte mer et alternativ for dem som ønsker et alternativ til den konvensjonelle verdikjeden enn det er politisk aktivisme.

Som nevnt innledningsvis kom framveksten av korte verdikjeder og andelslandbruk relativt sent til Norge sammenlignet med en rekke andre land. Det er også slik at framveksten av andelslandbruk har ulik bakgrunn i ulike land. Det er all grunn til å se dette i sammenheng med at norsk landbruk tradisjonelt har vært et småskala landbruk og i langt mindre grad enn andre land har vært industrialisert. Kombinert med få matskandaler har dette slått ut i høy tillit til norsk landbruk, men den store interessen for andelslandbruk vi har sett de siste årene kan i seg selv betraktes som en indikasjon på at ”noe er i ferd med å skje”. I tillegg viser denne studien at noe av motivasjonen for å bli og forbli andelseier er at man ønsker en motvekt til den utviklingen forbrukerne opplever at norsk landbruk er inne i. Studien kan altså betraktes, om ikke som et brudd, så i alle fall som et case som viser at norske forbrukere i større grad enn tidligere reflekterer over måten mat produseres på i Norge og søker alternativer.

Videre synes det som om fenomenet andelslandbruk i en norsk kontekst, dog med understrekningen av at denne studien kun omfatter ett andelslandbruk og at politisk aktivisme kan gjenfinnes som motivasjon i andre andelslandbruk, er ”født inn i” en tidsånd hvor aktivismen er svakere enn det var tidligere i slike bevegelser. Det at jeg i liten grad gjenfinner ønske om å reformere landbrukssystemet blant mine informanter kan derfor betraktes som mer typisk for et individualisert samfunn enn at dette er noe som er typisk for alternative matnettverk i en startfase.

## *Noter*

- \*. Takk til Medalhus andelslandbruk som ga meg tilgang til informanter og dermed til data å jobbe med. Datainnsamlingen, transkribering og deler av analysen er gjennomført i forfatterens fritid, men en stor takk til min arbeidsgiver NIBIO som ga meg midler til slutt-

føring av artikkelen. En særlig takk til kollega Bjørn Egil Flø for nyttige og inspirerende samtaler om analysen av datamaterialet.

1. Tall gitt muntlig fra Oikos – Økologisk Norge (20.05.2016).

### Referanser

- Allen, P., M. FitzSimmons, M. Goodman & K. Warner (2003). Shifting plates in the agrifood landscape: the tectonics of alternative agrifood initiatives in California. *Journal of Rural Studies* 19(1), 61–75.
- Barnett, J., F. Begen, S. Howes, A. Regan, A. McConnon, A. Marcu, S. Rowntree & W. Verbeke (2016). Consumers' confidence, reflections and response strategies following the horsemeat incident. *Food Control* 59(2016), 721–730.
- Brehm, J. & B. W. Eisenhauer (2008). Motivations for participating in community-supported agriculture and their relationship with community attachment and social capital. *Southern Rural Sociology* 23(1), 94–115
- Bugge, A. (2015). *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. Fagrapport nr. 3–2015. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.
- Chen, W. (2013). Perceived value of a community supported agriculture (CSA) working share. The construct and its dimensions. *Appetite* 62(2013), 37–49.
- Dickinson, R.A. & M.L. Carsky (2005). The Consumer as Economic Voter. I R. Harrison, T. Newholm & D. Shaw (red): *The Ethical Consumer*, London: SAGE Publikations Ltd.
- Doane, D. (2001). *Taking Flight: The Rapid Growth of Ethical Consumerism*. London: New Economics Foundation.
- Fairbairn, B. (1994). *The Meaning of Rochdale: The Rochdale Pioneers and the Co-operative Principles*. Occasional Paper, Saskatchewan: Centre for the Study of Co-operatives.
- Forbes, C.B. & A.H. Harmon (2007). Buying into Community Supported Agriculture: Strategies for Overcoming Income Barriers. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition* 2(2/3), 65–79.
- Follesdal, A. (2007). Political Consumerism as Chance and Challenge. I M. Micheletti, A. Follesdal og D. Stolle (red.): *Politics, Products, and Markets. Exploring Political Consumerism Past and Present*, New Brunswick: Transaction Publishers.
- Franklin, A. (2002). *Nature and social theory*, London: Sage Publications.

- Gabriel, Y., M. Korczynski & K. Rieder (2015). Organizations and their consumers: Bridging work and consumption. *Organization* 22(5), 629–643.
- Hirschman, A.O. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hvitsand, C. (2014). *Økologisk spydspiss: Andelslandbrukets rolle i å fremme bioøkonomi, og økt kunnskap om og forbruk av økologisk mat*. Rapport nr. 341, Bø: Telemarksforskning.
- Jacobsen, E. & Dulsrud, A. (2007). Will Consumers Save the World? The Framing of Political Consumerism. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 20 (5):469–482.
- Jarosz, L. (2008). The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies* 24(3), 231–244.
- Jensen, T.Ø. (2007). Forbruk og identitet. I Schjelderup, G.E. og M.M. Knudsen (red) *Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
- Johnston, J. (2007). The citizen-consumer hybrid: ideological tensions and the case of Whole Foods Market. *Theory and Society* 37:229–270.
- Kingsley, J., M. Townsend & C. Henderson-Wilson (2009). Cultivating health and wellbeing: members' perceptions of the health benefits of a Port Melbourne community garden. *Leisure Studies* 28(2), 207–219.
- Kjærnes, U. & R. Lavik (2008). Opinions on animal welfare and food consumption in seven European countries. I U. Kjærnes, B. B. Bock, E. Roe og J. Roex (red.) *Consumption, Distribution and Production of Farm Animal Welfare*. Welfare Quality Reports No 7.
- Kjærnes, U., M. Harvey & A. Warde (2007). *Trust in Food: A Comparative and Institutional Analysis*. London: Palgrave Macmillan.
- Kondoh, K. (2015). The alternative food movement in Japan: Challenges, limits, and resilience of the teikei system. *Agriculture of Human Values* 32(19), 143–153.
- Kozinets, R.V. & J.M. Handelman (1998). Ensouling Consumption: a Netnographic Exploration of the Meaning of Boycotting Behavior. *Advances in Consumer Research*, 25, 475–80.
- Lamine, C. (2005). Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships Between Producers and Consumers. *Sociologia Ruralis* 45(4), 324–345.
- Landbruksdirektoratet (2015). *Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer. Utvikling 1. halvår 2015*.
- Lang, T. & M. Heasman (2004). *Food Wars. The Global Battle for Mouths*,

- Minds and Markets*. London: Earthscan.
- Lang, T. & Y. Gabriel (2005). A brief History of Consumer Activism. I R. Harrison, T. Newholm & D. Shaw (red): *The Ethical Consumer*, London: SAGE Publications Ltd.
- Lang, T., D. Barling & M. Caraher (2009). *Food Policy. Integrating health, environment & society*. Oxford: Oxford University Press.
- Lea, E., J. Phillips, M. Ward & A. Worsley (2006). Farmers' and consumers' beliefs about community-supported agriculture in Australia: A qualitative study. *Ecology of Food and Nutrition* 45(2), 61–86.
- Lury, C. (2011). *Consumer culture*. Cambridge: Polity Press.
- Nielsen, L. & S.L.T. McGregor (2013). Consumer morality and moral norms. *International Journal of Consumer Studies* 37 (2013), 473–480.
- Miles, S. (1998). *Consumerism – as a Way of Life*. London: Sage Publications.
- Perez, J., P. Allen & M. Brown (2003). *Community Supported Agriculture on the Central Coast: The CSA Member Experience*. Research Briefs 01-01-2003, Santa Cruz: Center for Agroecology and Sustainable Food Systems.
- Qazi, J.A. & T.L. Selfa (2002). The Politics of Building Alternative Agro-food Networks in the Belly of Agro-industry. *Food, Culture & Society* 8(1), 47–72
- Ritzer, G., P. Dean & N. Jurgenson (2012). The Coming of Age of the Prosumer. *American Behavioral Scientist* 56(4), 379–398.
- Rubin, H.J. & I.S. Rubin (2012). *Qualitative interviewing. The art of hearing data*. Los Angeles: Sage Publications.
- Smith, N.C. (1990). *Morality and the Market: Consumer Pressure for Corporate Accountability*, London: Routledge.
- Storstad, O. (2007). *Naturlig, nært og trygt. En studie av hvordan forbrukertillit til mat påvirkes av produksjonsmåte og matskandaler*. Dr.polit-avhandling, Trondheim: Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU.
- Storstad, O. (2002). Borte tja, men hjemme best! Nordmenn og danskers tillit til landbruket. I R. Almås, M. Haugen og J.P. Johnsen (red.): *Bygdeforskning gjennom 20 år*, Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.
- Thompson, C.J. & G. Coskuner-Balli (2007). Enchanting Ethical Consumerism: The case of Community Supported Agriculture. *Journal of Consumer Culture* 7(3), 275–303.
- Tjora, A. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*, William Morrow.

- Torjusen, H. (2004). *Tillit til mat i det norske markedet. Hvordan oppfatter forbrukerne trygg mat?* Oppdragsrapport nr. 11–2004, Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.
- Truninger, M. & Sobral, J.M. (2011). ‘Contested food authenticities: a review of consumers’ perspectives’. I B. Oliveira, I. Mafra & J. S. Amaral (red.), *Current Topics on Food Authentication*, India: Research Signpost/Transworld Research Network.
- Van den Berg, A. & Custers, M.H.G. (2011). Gardening promotes neuroendocrine and affective restoration from stress. *Journal of Health Psychology*, 16(1), 3–11.
- Vittersø, G. og A.M. Jervell (2011). Direct markets as multiple consumption spaces: The case of two Norwegian collective marketing initiatives. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 18 (1):54–69.
- Wells, B.L. & S. Gradwell (2001). Gender and resource management: Community supported agriculture as caring-practice. *Agriculture and Human Values* 18(1), 107–199.
- Zitcer, A. (2015). Food Co-ops and the Paradox of Exclusivity. *Antipode* 47(3), 812–828.

## *Abstract*

### *Individualised activism*

A study of the phenomenon of Community Supported Agriculture

The phenomenon of Community Supported Agriculture (CSA) has grown considerably in Norway in recent years. Alternative food network, like CSA, represents a counter reaction against the productivist food paradigm with its long, complex and global value chains. The phenomenon is hardly studied in the Norwegian context and the data consists of qualitative interviews with 18 shareholders in a CSA outside the city of Trondheim, collected throughout the growing season 2015.

Internationally, CSA started out as an ideological movement, but studies have shown that the political-ideological foundation has been weakened during the last decades. However, this study shows that being a CSA-member has a political-ideological dimension, but it is not political activism in the sense that the participants envisages that their commitment is going to change either the world or the way food is being produced. Being critical to the way food is

produced is a view the CSA-members share. There is a desire to "move back" to a time where food was produced in a way that they understand as natural, and by actively participating in the production of their own food they try to overcome some of alienation many feel in relation to food and food production.

*Keywords:* Community Supported Agriculture, alternative food networks, political consumption, activism, alienation, prosumerism