



Italienske mælkehistorier: Ma, latte mi fa bene!

I Italien indgår mælk som en vigtig del af familiers kost og generelle vaner i hverdagen. Mælk anses for at være sundt, det kan både drikkes og spises, og i visse sammenhænge bruges det ligefrem som identitetsmarkør. Mælk spiller en rolle i andet end den italienske cappuccino.

Af Maja Schøler

Den sociale konstruktion af mælk

En hvid drik. Den skal være kold, og mange får den til morgenmad eller frokost. Specielt hvis man er barn og ens forældre skal bestemme.

Jo, ganske rigtigt, vi snakker om mælk; den drik som alle kender, men som der ikke rigtig tales om, fordi den bare skal være der; i køleskabet, på morgenbordet eller i skolen. Men mælk er andet end en selvfølgelig hverdagsdrik. Mælk er også et produkt, som har en historisk tradition og som, når man spørger ind til det, er forbundet med forskellige tanker, ideer og handlinger, der tilsammen tegner et billede af mælken og dens rolle i mange menneskers hverdag.

Denne artikel handler om mælk og mælkevaner i Italien. Den er skrevet på baggrund af et mindre feltarbejde, som jeg foretog i Milano i efteråret 2006 sammen med min medstuderende Jesper Bredmose Simonsen (ES 2007). I artiklen undersøger jeg, hvordan (nord)italienerne har det med mælk; hvornår drikker de den, hvad drikker de den til og hvad siger de om den? Med andre ord ser jeg på, hvilke ideer og tanker italienske familier har i forbindelse med mælk og hvilke kontekster mælk indgår i. Formålet med dette indblik i tanker og handlinger er at give et billede af, hvordan mælk konstrueres socialt blandt udvalgte italienere.

Artiklen består af seks mindre afsnit. I dette første afsnit introducerer jeg den overordnede teoretiske ramme for studiet af mælk i Italien og de problemstillinger, som vi valgte at fokusere på under vores feltarbejde i Italien. I det efterfølgende afsnit redegør jeg for konteksten og de teoretiske og metodiske præmisser, som studiet er baseret på. Formålet er at gengive rammerne eller grundlaget for de billeder af mælk og de mælkenarrativer, som jeg vil diskutere i de følgende tre afsnit. Her ser jeg på, hvorledes familiernes konstruktioner af mælk kan inddeles i tre forskellige mønstre, i hvilke mælk optræder henholdsvis som et abstrakt fænomen og et konkret produkt eller bruges til at udtrykke en bestemt holdning eller selvforståelse. Denne diskussion leder mig til den konklusion, at mælk spiller en væsentlig rolle i mange italieneres hverdagsliv og tillægges forskellige betydninger alt efter hvem man snakker med og hvilken kontekst personen befinder sig i. Mælk er ikke *kun* noget, som er hvidt og som man drikker.

Vores undersøgelse af italienske mælkevaner har især fokuseret på narrativer om mælk, dvs. at vi primært har interesseret os for den sproglige konstruktion af mælk.

Grunden til dette fokus på sproglige fortællinger i sociale fællesskaber er ideen om, at den måde hvorpå folk taler om ting, om hinanden eller om fænomener, giver en indikation af, hvordan de forstår og dermed gør disse ting eller fænomener betydningsfulde i forskellige kontekster (Berger og Luckman 1966). Ved at se på de sproglige konstruktioner mente vi således at kunne afdække inden for hvilke sociale rammer og hverdagspraksisser mælk blandt andet gøres betydningsfuldt. Med andre ord stillede vi først og fremmest det spørgsmål; hvordan tillægges mælk en betydning i hverdagen blandt familier i Milano?

Formålet med undersøgelsen var yderligere at sætte fokus på, hvordan italienske mælkevaner adskiller sig fra og har lighedspunkter med de vaner, der er observeret i andre europæiske lande herunder Danmark. Dette fokus skyldes, at studiet af mælkevaner i Italien indgik i et større studie af europæernes forhold til mælk, som er publiceret i sin helhed i *"The Social Construction of Milk in Europe – A comparative analysis of narratives of milk in families throughout Europe"* (ES 2007). I denne artikel vil jeg primært taget fat i de italienske mælkevaner, og se på hvordan italienske familier socialt konstruerer og tillægger mælk betydning. Referencerne til mælkevaner i bl.a. Danmark bruges i nærværende sammenhæng kun til at vise, hvorledes mælk ikke blot er en entydigt globalt produkt med samme betydning og samme værdi for alle folk, til trods for at konsistens og farve er nogenlunde den samme i alle lande.

Undersøgelsen i Italien er baseret på kvalitative metoder og herunder specifikt indsamling af data gennem semi-strukturerede enkeltpersons- og gruppeinterviews samt observationer. Ideen med denne dataindsamlingsform er, at den kan give indblik i, hvordan folk taler om mælk; dels sprogligt og klassifikatorisk, dels relationelt og socialt. Derfor er den et godt udgangspunkt for en analyse af narrativer og de individuelle holdninger, tanker og hverdagspraksisser, norditalienere forbinder med mælk. Ydermere var det væsentligt for os at gøre brug af semi-strukturerede interviews¹, fordi denne interviewform tillader en åben dialog og giver rum til at respondenterne kan komme ind på de emner, de finder mest interessante og relevante inden for rammerne af temaet om mælk (Flick

¹ Semi-strukturerede interviews involverer brugen af en interview guide, der er inddelt i emner og hvor emnerne fungerer som eneste strukturerende element i samtalen eller interviewet (Bernard 1994; Flick 2002)



2002). Generelt kan man altså sige, at analysen af mælk er et resultat af ikke-skriftlige kilder; den er kvalitativ og har derfor karakter af at være et mikrostudie. I lyset af dette er vores undersøgelse relevant, fordi den giver et indblik i nogle af de vaner og traditioner, som omgiver mælkepraksis i Italien uden at vores formål er at angive, at sådan drikker alle italienere mælk. Samtidig med at studiet giver et billede af, hvorledes mælk ikke blot er en banal hverdagsingrediens, men et produkt der konstrueres socialt og tillægges en betydning, som folk generelt ikke altid er bevidste om, fordi mælk for mange *bare* er mælk.

Mælkehistorier fra Italien

Før vi lavede feltarbejde i Italien var de ting, vi mest tænkte på, når vi snakkede mælk og Italien *caffè latte* og *cappuccino*, ost og is. Lidt firkantet sagt, mente vi, at italienere drikker *caffè latte* og *cappuccino*, spiser *parmesanost* og is, og det var i vores bevidsthed hovedsagelig på den måde, at mælk indgik i italieneres kost. Den forestilling havde vi ikke grebet ud af den blå luft. Det er nogenlunde sådan mælk omtales i forbindelse med Italien – og navnlig i forbindelse med italiensk mad. I starten arbejdede vi således med en hypotese om, at mælk i en italiensk kontekst tillægges en betydning ved at være en ingrediens i andre produkter, ikke ved at være et produkt i sig selv. Vi var imidlertid bevidste om, at vi ikke havde nogen særlig viden om, hvordan helt almindelige italienske familier bruger mælk hjemme hos dem selv, ligesom vi ikke havde nogen viden om hvordan og hvornår børn får mælk. På den baggrund blev det interessant for os at om det nu var korrekt at mælk kun indgår i kaffen og som ingrediens i ost eller is eller om italienere også drikker mælk og taler om mælk som et produkt i sig selv? Hvorvidt og hvordan er mælk en del af italieneres hverdag og bevidsthed og hvordan forholder de sig til det?

Det var disse spørgsmål om, der ledte os til Milano, som er Italiens næststørste by. Milano forekom oplagt, fordi byen ligger i regionen Lombardiet, der står for omkring 40 procent af Italiens samlede mælkeproduktion (CLAL hjemmeside, 1a). I Milano forventede vi derfor at komme til at tale med mennesker, som kender til mælk og eventuelt konsumerer mælk i deres hverdag. Samtidig havde vi en ide om, at de milanesiske mælketraditioner stadig ville være anderledes end dem man finder i f.eks. Danmark, og derfor ville udgøre et godt udgangspunkt for en undersøgelse af forskelle og ligheder i forståelse og repræsentation af mælk. I Milano lavede vi tre interviews med familier, vi besøgte en skoleklasse og to undervisere, som vi havde lejlighed til at diskutere mælk med, ligesom vi førte en række uformelle samtaler med forskellige mennesker og lavede observationer rundt om i Milano; i supermarkeder, delikatessebutikker, cafeer, barer og på gaden. Det er disse data, som vores analyse af mælkevaner i Italien er baseret på, og som gav os grund til at tegne de følgende billeder af mælkevaner blandt familier i Milano. For i

modsatning til vores første antagelse om, at mælk hovedsagelig optræder som en ingrediens i *caffè latte* og *cappuccino*, giver vores data en indikation af, at mælk er andet end blot en ingrediens i dagens *cappuccino* eller i pastaens uundværlige kompagnon *parmesanosten*. Mælk er også et produkt, som vækker minder om barndommen eller bringer tanken hen på hverdagspraksisser, og som signalerer omsorg og velvære. Vores data peger således på, at mælk faktisk spiller en rolle i familiers hverdag, og at mælk optræder som betydningsfuld på mange forskellige måder. Men før jeg vil komme ind på, hvordan mælkens forskellige roller og betydninger kommer til udtryk blandt familier i Milano, vil jeg først forklare, hvilket begrebsapparat vi har anvendt til at analysere de billeder, tanker og handlinger, som synes at omgive mælk i en italiensk kontekst.

Ifølge den franske sociolog Roland Barthes, der har beskæftiget sig med mad og fødevarers betydning i en moderne kontekst, har ethvert produkt mange forskellige konnotationer, og kan derfor bruges og betyde noget forskelligt for forskellige mennesker i forskellige situationer (Barthes 1961/1997). Dette indebærer hos Barthes, at en analyse af et bestemt produkt og dets værdi ikke nødvendigvis kun giver en forståelse af produktet i dets egenskab som en handelsvare eller en konkret ting, men også kan tolkes som et instrument til at udtrykke en bestemt 'holdning' (ibid: 20). Sagt på en anden måde kan et produkt i forskellige situationer ses som enten en vare, en konkret ting eller en slags identitetsmarkør. Det sidste forstået således, at brugeren af et bestemt produkt i nogle tilfælde tillægger dette produkt en betydning ud over dets konkrete brugsværdi og bruger produktet til at signalere en bestemt holdning eller et bestemt standpunkt. Man kan altså sige, at et produkt kommer til at konstituere en information om senderen til modtagerne, og på den måde kommer produktet til at handle om andet og mere en dets brugsværdi (ibid: 21).

Denne teoretiske tredeling af fødevarerprodukter som abstrakte produkter, konkrete brugsvarer og som identitetsmarkører mente vi gav et meget godt udgangspunkt for at forstå, hvordan de milanesiske familier taler om og forholder sig til deres brug af mælk i hverdagen. I visse tilfælde er mælk blot en handelsvare, i andre tilfælde er mælk tillige et konkret produkt, der indgår i bestemte hverdagssammenhænge, og som for nogen til tider kan bruges til helt bevidst at signalere holdninger og personlig identitet.

Jamen mælk er da sundt!

Konstruktionen af mælk som sundt er et gennemgående træk i de italienske fortællinger. Alle familierne fortalte, at de drikker mælk, fordi det er sundt, og det er dette link mellem mælken og mælkens ernæringsmæssige gavn, som respondenterne først og fremmest relaterede til. Et interessant aspekt i denne sidestilling mellem mælk og sundhed er dog, at mælk



generelt blev anset for at være sundt på to forskellige måder. Disse to måder kan hver for sig siges at dække forskellige individuelle behov, men er samtidig forbundet, fordi de synes at indgå i en generel konstruktion af mælk som sundt, som alle respondenterne trækker på. Det er disse to behov eller disse to måder at forstå mælk som sundt, jeg diskuterer i dette afsnit, og som jeg mener giver et billede af mælken som et abstrakt fænomen frem for et konkret produkt. Med andre ord er det ikke den konkrete karton mælk på morgenbordet, der refereres til, når familierne taler om det sunde ved mælk. Det er nærmere 'mælk' som et fænomen.

Ifølge de italienske familier er mælk sundt, fordi det indeholder vigtige vitaminer og har et højt indholdet af kalcium og fosfor; det er godt for knoglerne og kroppens udvikling (Mor 3). Mælk er knyttet til ideer om optimal næring, og hvad der er nødvendigt for krop og helse. Det er ikke alene denne forbindelse mellem mælk og næring, der gør mælk sundt. Blandt familierne anses mælk som sundt, også fordi mælk eller nærmere det at *give mælk* for eksempel til sine børn bliver opfattet som et udtryk for social og personlig omsorg. Som en kvinde sagde, så starter man dagen på en god og energirigtig måde når man får mælk til morgenmad (Mor 1), og det blev generelt antydnet, at forældre bør give deres børn mælk, i hvert fald hvis man vil regnes for at være en "god mor". Mælk bliver således kædet til ideer om sundhed, omsorg og ansvar på en måde, som går videre end den ide om mælks sundhed som man eksempelvis finder i Danmark. Hvor det oftest kun er skummetmælk og minimælk, der omtales som sundt i Danmark (Explora 2007), så er mælk bare sundt i Italien. Og her taler vi ikke om skummetmælk men om sød- og letmælk, for hvor der tilsyneladende eksisterer en art fedtforskrækkelse i Danmark, så mener de italienere, vi snakkede med, at sødmælk er den eneste rigtige mælk. Det vil sige, den eneste mælk der *smager* af mælk. Skummetmælk er ifølge disse italienere kun for folk på slankekur eller for folk som har problemer med maven. Der er altså en væsentlig forskel i mælkeforståelser i Danmark og Italien. En forskel der også gør sig gældende i andre europæiske lande, hvor folk tilsyneladende drikker mere sød- og letmælk end skummetmælk og hvor sød- eller letmælk anses for at være den generiske drikkemælk (se ES 2007).

Et interessant aspekt i diskussionen om mælks sundhed er, at mælk i Italien til tider opfattes som mindre sund, ikke på grund af fedtindholdet, men på grund af temperatur eller omstændigheder. For eksempel anså nogle mødre mælk for at være mindre sundt, når den var køleskabskoldt, fordi det ikke er godt for børn at få kold mælk direkte i maven. Det blev heller ikke opfattet som en god ide at servere mælk til aftensmad. Hvis man serverer mælk til aftensmad i Italien, betyder det, at mælken er hovedingrediensen i måltidet; mælken serveres sammen med småkager eller brød og udgør aftensmaden. I modsætning hertil kan man i Danmark servere mælk til frikadellerne; dvs. at

mælk her fungerer som en drikkevarer til maden (Explora 2007).

Nogle af de italienske mødre gav udtryk for, at det at servere mælk til aftensmad er en let løsning for forældrene, fordi de så ikke skulle lave mad. Men det er ikke en acceptabel løsning, fordi kombinationen af mælk og brød/kage ikke er et ernæringsmæssigt ordentligt aftensmåltid. Ordentlige forældre serverer et tilberedt måltid bestående af pasta, grøntsager, kød og brød (Mor 2). Hvor man i Danmark vurderer mælks sundhed i forhold til fedtindholdet, så er det helt andre parametre, der gør sig gældende blandt de familier, vi talte med i Italien. Disse parametre giver mening i en italiensk kontekst, fordi de er spundet sammen med generelle livsmønstre og vaner, politiske og sociale budskaber i Italien, men umiddelbart virker de som paradokser i en dansk kontekst, hvor mælk er tilknyttet andre levemåder og traditioner.

Som udgangspunkt er der en klar linie mellem mælk og sundhed, og det er, når vi taler om mælk og sundhed, at det i henhold til Barthes definition bliver muligt at tale om mælk som noget abstrakt (Barthes 1961/1997).

Mælk kan drikkes og spises

Ifølge de italienske familier, vi talte med, drikkes mælk oftest til morgenmad eller til *merenda*, som er en slags eftermiddagsnack for børnene. Det kan både drikkes af børn og voksne, men er som udgangspunkt mest noget børn indtager; ikke fordi det anses som barnligt at drikke mælk, men fordi mælk mere knytter sig til de vaner og kontekster, som børn indgår i end dem voksne har. Blandt andet fortalte en ung fyr, at han blev tilbudt mælk, når han var hjemme hos sine kammerater, og også selv tilbød det til sine kammerater (Dreng 1), ligesom de teenagere vi talte med mente, at det var ganske naturligt at bede om mælk på en bar til morgenmad.

Drikkemælk i Italien omfatter både ren mælk, kakao og kaffe. Mælk synes at være mælk, ligegyldigt om det er blandet med andre produkter. Derfor er det også muligt for de italienere, vi snakkede med, at sige, at de drikker mælk, når det der reelt set drikkes er en kop espresso med mælkeskum eller en kop mælk med nesquik. Umiddelbart synes mælk derfor ikke at være omgivet af en speciel kodeks, hvor mælk kun er mælk, hvis det er "ren mælk". Man kan altså sige, at mælk synes at beholde sine værdier som f.eks. sundt, selvom den blandes op med kakao, sukker eller kaffe.

Mælk er også en fødevarer, der spises, som regel til morgenmad. I Italien er det som nævnt også muligt at få mælk til aftensmad, hvormed det så oftest er som en ret i sig selv serveret med brød eller små kager, der dypes ned i mælken. For de italienere, vi talte med, er det ganske utænkeligt at indtage mælk til en bøf eller til pastaen, for mælk hører ifølge dem, sammen med morgenmadsprodukter, brød eller kage ikke kød, pasta eller grøntsager. Som en dreng fortalte, så kunne han ikke forestille sig at drikke mælk sammen med en bøf



eller pasta (Dreng 1). Mælk er ifølge familierne desuden aldrig en del af frokostbordet, som vi kender det fra Danmark (Explora 2007). Der synes altså at være en hel anden tradition for mælkedrikning i Italien i relation til mad og måltider end i Danmark, hvor mælk ofte er en del af mange børnefamiliers morgen, frokost og aftensbord (ibid). Til gengæld spiser italienerne ofte parmesanost til frokost og aftensmaden og får herigennem behovet for bl.a. kalcium stillet. Drikkemælken er således ikke uerstattelig som en kilde til kalk og nødvendige vitaminer. Det sunde ved mælken kan ifølge italienerne fås på andre måder.

Et vigtigt element, når vi taler om mælk og måder at spise og drikke mælk på, er mælkens temperatur. Hvor mælk i Danmark helst skal være køleskabskoldt, så konsumeres mælk ifølge de italienske familier både varmt og koldt i Italien, hvor kold mælk i øvrigt ofte betyder lunken mælk, fordi det ifølge de italienske forældre ikke er godt for maven, at man drikker meget koldt mælk. Derfor tages mælken ud af køleskabet noget tid før, den skal indtages (Lærer 3). Til forskel fra i Danmark (Explora 2006) synes mælk således ikke at blive opfattet som temperaturkritisk i Italien. Et interessant aspekt er i den forbindelse, at når man taler med forældrene, så mener mange, at det er mest almindeligt, at børn og voksne drikker mælk varm. Ud fra forældrenes udsagn er det således dette mønster i folks vaner, der gør sig gældende, hvorimod når vi talte med børnene, så er det et helt andet mønster, som tegnes, nemlig at det er mest almindeligt, at folk drikker kold mælk. Det er svært at sige, hvorfor der er dette skel mellem forældrenes og børnenes udsagn. Måske skyldes diskrepansen, at det er blevet mere almindeligt at indtage morgenmadsprodukter som cornflakes og mysli o. lign i (Nord)italien end det var tidligere. Det er ikke længe siden at italienske børn fik brioche og småkager til morgenmad sammen med en skål lunken mælk. De forskellige holdninger til vaner og mælkens temperatur kan derfor være et resultat af skiftende morgenmadsvaner og tendenser.

Ser man på de fortællinger om mælkens temperatur og om de måder, hvorpå mælk konsumeres, som vi indsamlede, tydeliggør vores data, at hver enkelt respondent selv mener, at den måde han/hun drikker mælk på (varm/kold, til kager eller mysli) er den mest almindelige i Italien på samme måde som de mener, at italienerne i det hele taget drikker meget mælk. De fleste havde desuden ideer om, hvad der er typisk og ikke typisk italiensk, eksempelvis er det typisk at få mælk til morgenmad, men atypisk at drikke mælk til frokost. Man kan altså sige, at den enkelte person også synes at forholde sig til sit eget forbrug af mælk og egne praksisser og holdninger til mælk ved at referere til 'hvad der er almindeligt i Italien'. Det vil sige, andre italieneres handlinger og vaner i hverdagen. På den måde kommer den enkeltes ideer om mælk ikke kun til at handle om individuel praksis og holdninger men også til at handle om hvilke normer og vaner, der generelt anses for at være almindelige i Italien. Man

kan sige, at den enkelte respondent i sine tanker og ideer også synes at være influeret af gældende sociale normer i samfundet. Når italienerne drikker mælk synes det derfor også at skyldes, at det "bare er noget, man gør", fordi den enkelte nu engang er vant til eksempelvis at få mælk til morgenmad.

Konstruktionerne af mælk bygger således også på hvilke vaner og rutiner, man har i hverdagen og ligesom de bygger på de forestillinger man har om, hvad andre gør. Når mælk er konstrueret på denne måde; som noget der konsumeres i hverdagen, og hvor det at få mælk til morgenmad anses som hel almindelig praksis, er det muligt at tale om, at mælk i en italiensk kontekst ikke kun skal tolkes som et abstrakt, sundt fænomen men samtidig også har karakter af at være et konkret hverdagsprodukt, og et produkt der er en integreret del af hverdagsrutiner på en ikke nødvendigvis særlig bevidst måde. Mælk er i mange tilfælde også bare noget, man drikker.

Den franske sociolog Pierre Bourdieu har et teoretisk begreb om *habitus*, som ganske godt beskriver denne ide om mælkedrikning som værende en del af den enkeltes hverdagsvaner samt sociale normer i samfundet, og som derfor kan bruges til at beskrive respondenternes måder at bruge mælk på i hverdagen (Bourdieu 1977). Ifølge Bourdieu symboliserer *habitus* hverdagens ureflekterede vaner, dem vi udfører uden at tænke over det, eksempelvis tandbørstning, og som er en integreret del af vores hverdagsrutiner (ibid: 15). Det kan altså tænkes, at den enkeltes mælkedrikning er et udtryk for *habitus*. En anden undersøgelse af mælkedrikning i Italien peger således også på denne forbindelse mellem mælkedrikning og hverdagsvaner og konkluderer, at "italienerne" drikker den mælk, de er vant til at drikke (Saba et. al 1998). Vaner og rutiner har således også indflydelse på, hvordan den enkelte italiener konstruerer mælk og forholder sig til sit og andres mælkeforbrug.

I henhold til Bourdieu repræsenterer *habitus* dog mere end den enkeltes vaner, eftersom *habitus* er influeret af og influerer på de gældende normer i samfundet (Bourdieu 1977). Følger vi Bourdieu kommer de italienske mælkehistorier til at reflekterer både den enkeltes hverdagsvaner og de gældende sociale normer og tendenser i samfundet. Mælkehistorierne tegner dermed også et billede af nogle af de sociale normer, der optræder i en milanesisk kontekst. Samler man op på dette, synes de italienske mælkevaner at give et billede af, både hvordan den enkelte forholder sig til mælk og sin egen mælkedrikning, og hvordan han/hun forholder sig til sine omgivelser og forbruget af mælk i en social kontekst.

Mælk som identitetsmarkør

Ud over at være et konkret produkt kan mælk også tillægges en status, som man måske ikke umiddelbart kan tænke sig til, når vi ser på mælken og dens rolle på morgenbordet eller som en hverdagsdrik. Mælk kan i nogle sammenhænge optræde som en slags identitetsmarkør i en bredere diskussion om fødevarer



og forbrugerholdninger eller om moderrollen. Med andre ord så kan en persons bevidste valg af et bestemt produkt eller bestemte produkter dels have noget at gøre med denne persons selvforståelse dels være en måde, hvorpå forbrugeren kan statuere eller signalere en bestemt holdning. Valget har således noget at gøre med, hvordan den enkelte forstår verden og sig selv (Friedman 1990; Miller 1995). Det er eksempler på, hvordan mælk bruges som identitetsmarkør, og hvordan mælk, ifølge Barthes, tillægges en betydning, der handler om andet og mere en dets egenskab som en fødevarer (Barthes 1961/1997), jeg forholder mig til i dette afsnit. Formålet er at vise, hvorledes mælk kan bruges på mange forskellige måder og i mange forskellige sammenhænge alt efter hvilke behov og krav, den enkelte har og ønsker opfyldt.

I vores undersøgelse var der blandt respondenterne en mand, som igen og igen pointerede, at mælk opbevaret i glasflasker har en meget bedre smag, en anden konsistens og er langt mere delikat end mælk opbevaret i kartoner (Far 1). Umiddelbart synes det at være væsentligt for ham, at vi blev opmærksomme på hans forbrugerpolitiske stillingtagen og indkøb, blandt andet fordi han generelt talte meget om, at han dagligt køber og spiser friske råvarer og aldrig køber frostvarer. Denne fortælling om mælk i glasflaske synes i så stor udstrækning ikke at handle om, at respondenter var tørstig og gerne ville have noget at drikke, eller at han manglede mælk til sin morgenmad, men snarere at handle om, at han anså sig selv for at være kvalitetsbevidst og lidt af en gourmet; en der går op i, hvad han spiser og hvilket signal han udsender med sine handlinger og holdninger. I dette eksempel er det dog ikke mælk som abstrakt fænomen eller brugsvare som sådan, der udsender en bestemt signalværdi eller signalerer noget bestemt men helt specifikt mælk i glasflasker, der repræsenterer en bestemt (forbruger)identitet og som bruges bevidst til at udtrykke en holdning.

Et andet eksempel på at mælk i visse tilfælde bliver brugt som identitetsmarkør er, at forældrene generelt trækker en skarp linie mellem langtidsholdbar og frisk mælk, og i den forbindelse fortæller, at de altid køber frisk mælk, fordi den smager bedre end den langtidsholdbare mælk. Børnene synes ikke at tage del i samme diskussion, og sammenligner man forældrenes udsagn med mælkestatistikernes fremgår det, at der generelt bliver købt langt mere langtidsholdbar end frisk mælk i Italien (CLAL hjemmeside, 1b). Det kan derfor være svært at sige, om der reelt er et højere forbrug af frisk mælk end af langtidsholdbar mælk, og en af grundene til vores resultat kan være, at vi talte med familier, der så ud til at være del af den højere middelklasse eller overklassen i Milano. Omvendt synes eksemplet at indikere, at det for nogle er vigtigt netop at trække skellet mellem bestemt mælkeprodukter. På den måde bliver købet af mælk et resultat af et helt bevidst valg; ikke blot en ureflekteret handling,

som mælkdrikning i relation til Bourdieus habitusbegreb synes at være.

Ud over at signalere en bestemt forbrugerholdning kan mælk også bruges til at signalere, at kvinder tager deres moderrolle alvorlig. Det at være og blive anset som en god og ansvarsfuld mor ser ud til at være relateret til at sørge for, at ens børn drikker mælk. Alle de mødre, vi talte med, sagde, at det var vigtigt, at deres børn drak mælk, og de fortalte alle, at de gav deres børn mælk eller ville have at børnene fik mælk. Selve det at servere mælk synes på den måde også at blive et spørgsmål om at udfylde og identificere sig med moderrollen i Milano. At servere mælk eller købe en specifik type mælk kan således bruges af den enkelte person til at udtrykke sig eller fremkomme med en bestemt manifestation. I disse tilfælde er det vigtigt at understrege, at det ikke er en hvilken som helst mælk eller mælk som et slags abstrakt fænomen, der er tale om, men snarere lige præcis den her type mælk eller den her specifikke situation mælken bruges i.

Italienske mælkehistorier: mælkens mange betydninger

Alle eksemplerne fra det italienske studie indikerer, at der er mange måder at bruge mælk på, og som det fremgår, er mælk en del af mange italieneres hverdag og tanker både som produkt og som fænomen. Mælk bliver anset for at være sundt og en måde at vise omsorg på. Det er en del af hverdagen og morgenmaden og kan både konsumeres koldt og varmt, ligesom det ofte er frisk ikke langtidsholdbar mælk, der drikkes. Det at drikke mælk og tænke mælk som sundt synes integreret i respondenternes habitus; det indgår som en naturlig del af folks hverdagsvaner og rutiner, og anses blandt de italienske familier som ganske almindelig praksis i Italien. Omvendt kom det også frem, at mælk ikke kun knytter sig til vaner og folks ureflekterede praksis; det vi gør uden at vi konkret tænker over hvorfor vi gør, som vi gør. Mælk kan i visse tilfælde også bruges til at udtrykke en bestemt holdning eller bruges som redskab i en persons løbende identitetsdannelse. Her bliver en specifik type mælk eller et helt bestemt billede af mælkens gavnlige værdier, bevidst brugt af den enkelte til at iscenesætte sig selv og komme med en bestemt holdningsmanifestation.

Ser vi tilbage på undersøgelsen og prøver at sammenfatte eksemplerne af de italienske mælkehistorier fremgår det, at mælk, ikke som vi først antog bare er en ingrediens i noget andet. Tvært imod tillægges mælk en betydning eller rettere mange betydninger, der også strækker sig langt ud over bare at være et gængs produkt eller en hvid drik. Denne artikel viser således, at søger man efter mælkens betydning i en social kontekst, er det væsentligt at få indblik i folks hverdagspraksisser og tanker samt de kontekster, som respondenterne og mælken er en del af, eftersom individuelle værdier og holdninger, sociale normer og



omgivelser influerer på hinanden og derfor er med til at skabe et billede af mælkenes rolle i hverdagen.

Maja Schøler er cand. mag. i Europastudier

Litteratur

Berger, Peter & Thomas Luckman (1996/1991): *The Social Construction of Reality – A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London, Penguin

Bernard, H. Russels 1994: "Unstructured and Semistructured Interviewing", In: Bernard, H.R, *Research Methods in Anthropology. Qualitative and Quantitative Approaches*. London, AltaMira Press, pp. 208-235

Bourdieu, Pierre 1977: *Outline of the Theory of Practice*. Cambridge, Cambridge University Press

CLAL hjemmeside, 1a Italia: Consegne mensili di latte
http://www.clal.it/index.php?section=consegne_reg_it
 (11.04.2008)

CLAL hjemmeside, 1b Acquisti domestici in Italia
<http://www.clal.it/index.php?section=consumi&p=latte>
 (11.04.2008)

Explora 2007: *Smagen af hjem. En kvalitativ undersøgelse af den sociale konstruktion af drikkemælk*. København, ikke publiceret

ES 2007: *The Social Construction of Milk in Europe. A Comparative Analysis of Milk in Families throughout Europe*. Århus.

Flick, Uwe 2002: *An Introduction to Qualitative Research*. London, Sage Publication

Friedman, Jonathan 1990: "The Political Economy of Elegance: An African Cult of Beauty". *Culture and History* 1, Harwood, pp. 101-124

Mejeriforeningens hjemmeside International mejeristatistik
http://www.mejeri.dk/smcms/mejeri_dk/Statistik/Int_mejeri_statistik/EU-25/Index.htm?ID=3569
 (11.04.2008)

Miller, Daniel 1995: "Consumption as the Vanguard of History", In: Miller, D (eds.), *Acknowledging Consumption: A review of new studies*. London, Routledge, pp. 1-58

Roland, Barthes (1961/1997): "Towards a Psychosociology of Contemporary Food Consumption". In: Counihan, C & Van Esterik, P (eds.), *Food and Culture – a reader*. New York, Routledge, pp. 20-27

Saba, Anna, E. Moneta, N. Nardo & N. Sinesio (1998): "Attitudes, habits, sensory and liking expectations as determinants of the consumption of milk". *Food Quality and Preferences* Vol. 9, pp. 31-41