



Governing Food: Media, Politics and Pleasure
A.G. Mazel

Nederlandse samenvatting

Deze studie onderzoekt hoe voedsel de afgelopen twintig jaar tot een publiek thema is geworden en hoe media- en lifestyle experts het publiek kennis en bewustzijn over voedsel bijbrengen. Tegen het einde van de twintigste eeuw kwam er een voedselbeweging op gang in Europa en de VS als reactie op de toenemende industrialisering en globalisering van voedselproductie. Bovendien hebben voedselschandalen bijgedragen aan een toenemende bezorgdheid over het industriële voedselsysteem en de gevolgen voor gezondheid, ecologie en sociale relaties. Evenals sociale bewegingen in het verleden, zoals de reform- en de hippiebeweging, gebruiken de huidige activisten voedsel als instrument voor politieke en maatschappelijke veranderingen. Onder andere door kwesties omtrent gezondheid, duurzaamheid, dierenwelzijn en sociale ongelijkheid ter discussie te stellen.

Vertegenwoordigers van de huidige voedselbeweging, zoals Slow Food, publicist Michael Pollan en chef Jamie Oliver, hebben de afgelopen jaren het publieke debat over voedsel sterk beïnvloed. Hun publicaties en media-uitingen, veelal in de vorm van manifesten, campagnes en handboeken, dragen een politieke en educatieve boodschap over. Anders dan culinaire lifestylemedia, gericht op entertainment, willen zij het publiek opvoeden tot verantwoordelijke en kritische burgers. Daarbij verbinden ze kennis, moraal en esthetiek met elkaar tot een vorm van 'politiek hedonisme': kennis waar ons voedsel vandaan komt, verantwoorde keuzes gebaseerd op die kennis, en plezier als gevolg van die keuzes. 'Goed eten' en 'het goede leven' wordt volgens de huidige voedselbeweging dus bepaald door zowel ethische als esthetische criteria. In deze vorm van politiek hedonisme verenigen consumenten plezier en eigenbelang met grotere politieke en ethische kwesties, zoals duurzaamheid, dierenwelzijn, en eerlijke handel. De huidige voedselbeweging beschouwt voedsel dus niet simpelweg als een industrieel product, maar als een cultureel fenomeen dat de waarden reflecteert van de samenleving als geheel.

Deze studie onderzoekt de huidige voedselbeweging vanuit een cultuur-theoretisch kader inclusief concepten zoals *governmentality*, neoliberalisme, lifestyle expert, en *citizen-consumer*. Daarmee beoogt dit onderzoek ook bij te dragen aan een groeiend corpus van studies die *governmentality*, media, lifestyle expertise, en food met elkaar verbinden (Bell et al. 2015; Lewis 2008/2010; Ouellette en Hay 2008a/b; De Solier 2013). Vanuit dat perspectief plaats ik de recente aandacht voor voedsel in de context van een bredere politisering van alledaagse praktijken en producten, zoals verantwoord (fair, ecologisch, duurzaam, lokaal) kopen, kleden, wonen en reizen. Evenals de reform- en hippiebeweging, probeert de hedendaagse voedselbeweging de maatschappij namelijk niet te veranderen via formele en conventionele politiek, maar daarentegen door 'micro-politieke' praktijken en persoonlijke transformatie. Vanuit de politieke theorie (o.a. Micheletti 2003) kan de recente politisering van voedsel worden begrepen als een vorm van micro-politiek die ontstaan is

onder invloed van neoliberalisering, waarin burgers worden aangespoord om verantwoordelijkheid te nemen voor hun persoonlijke en maatschappelijke welzijn. De opkomst van neoliberaal bestuur – gekarakteriseerd door decentralisatie, economisering en zelfregulering – heeft voedselbeleid en -politiek sterk beïnvloed. In deze context hebben non-gouvernementele organisaties en grassroots bewegingen voedsel opgepakt als een instrument om grotere problemen te adresseren en maatschappelijke veranderingen te bewerkstelligen. Dit heeft geleid tot nieuwe vormen van burgerschap en verschuivingen in het politieke landschap. Verantwoordelijkheden worden in toenemende mate gedeeld door verschillende actoren in gelaagde netwerken: overheden, ngo's, commerciële partijen en individuele burgers. Bovendien heeft de connectie tussen alledaagse consumptie en globale kwesties 'private' keuzes gepolitiseerd, waardoor het onderscheid tussen de politieke en de economische sfeer steeds meer vervaagt.

Ik gebruik het concept *governmentality* van de filosoof Michel Foucault in het bijzonder om de veranderende begrippen van politiek en burgerschap te verklaren. *Governmentality* wordt vooral gebruikt in relatie tot neoliberalisme, wat gekarakteriseerd wordt door 'besturen op afstand' (*governing at a distance*) en decentralisatie van macht, waarbij burgers een actieve rol spelen in hun eigen zelfbestuur (Lemke 2001; Rose 1996). Nieuwe vormen van burgerschap en *agency* worden o.a. uitgedrukt in het hybride concept *citizen-consumer*, maar ook in concepten als 'co-producent' of 'eco-gastronoom', die praktijken van consumptie en productie verenigen. Daarom is het niet verwonderlijk dat publicaties over ethische consumptie en politiek hedonisme steeds vaker het belang van productie en *do-it-yourself* praktijken, zoals koken en tuinieren, benadrukken.

In neoliberale samenlevingen worden media steeds belangrijker in het proces van educatie en zelfontplooiing. Terwijl de invloed van traditionele sociale structuren en autoriteiten afneemt, richten burgers zich steeds meer op media en lifestyle experts die de rol overnemen van maatschappelijk werkers, voorlichters en andere professionals. Media worden beschouwd als de meest geschikte culturele technologie voor 'besturen op afstand' omdat zij de leefstijl keuzes van burgers kunnen vormgeven en sturen. In dit neoliberale klimaat nemen media- en lifestyle experts steeds meer de sturende rol van traditionele autoriteiten over, ook op het gebied van voorlichting over voeding. Ik laat zien dat experts zoals Jamie Oliver een cruciale rol vervullen in de educatie en democratisering van kennis over voeding en koken. Maar ook dat culinaire media sterk bijdragen aan de promotie en marketing van eten en koken als een aantrekkelijke levensstijl.

In combinatie met een analyse van de historische, culturele en politieke context onderzoekt deze studie de productie van vertogen over voedsel door drie vertegenwoordigers van de hedendaagse voedselbeweging: Slow Food, Michael Pollan, en Jamie Oliver. De methode combineert discoursanalyse met een specifieke focus op 'mediatisering', ervan uitgaande dat zowel media als vertogen specifieke kennis en praktijken met betrekking tot voeding

constitueren en vormgeven. De drie casestudies onderzoeken hoe en waarom deze vertegenwoordigers food hebben gepolitiseerd: welke kennis en praktijken over food dragen zij over om burgers op te voeden en te transformeren? En hoe worden deze kennis en praktijken gemediatiseerd via diverse mediakanalen? In de casestudies analyseer ik hoe deze experts politiek, ethiek en esthetiek op een soms tegenstrijdige manier met elkaar verbinden. En hoe zij het publiek proberen te 'verheffen' en te transformeren door hen kennis, bewustzijn en technieken over voedsel (culinair cultureel kapitaal) bij te brengen.

Het centrale thema van de eerste casestudie is de cultuurpolitiek van Slow Food: de wijze waarop Slow Food eetcultuur gebruikt voor educatie, politiek activisme, en als moreel kompas. In deze casestudie plaats ik de culturele analyse van Slow Food in een breder kader van politieke consumptie, *governmentality* en mediastudies. Ik beargumenteer dat Slow Food beschouwd kan worden als een complexe organisatie die politiek, plezier, moraliteit en economie met elkaar verweeft, en hoe deze combinatie spanningen en tegenstrijdigheden creëert in hun publieke imago. Specifiek onderzoek ik hoe Slow Food plezier en hedonisme heeft geïncorporeerd in een progressief politiek discours: door het uit zijn bourgeois context te halen, en te herdefiniëren als een politiek en ethisch principe.

In de tweede casestudie staat Michael Pollan centraal als expert en vertegenwoordiger van de Amerikaanse voedselbeweging, die geworteld is in de *counterculture* van de jaren '60 en '70. Ik laat zien dat Pollan's mediateksten op een vergelijkbare manier private keuzes politiseren en een discours van *eating right* produceren. Dit hoofdstuk onderzoekt de verschillende manier waarop Pollan voedsel heeft gepolitiseerd: door de werking van de voedingsindustrie bloot te leggen, door de overheid te beïnvloeden om het voedselsysteem te hervormen, en door consumenten aan te sporen om met hun 'vork te stemmen.' Als cultureel bemiddelaar en publiek figuur speelt Pollan een cruciale rol in de educatie, popularisering en mediatisering van *food literacy*. Ten slotte betoog ik hoe mediatisering een ambivalentie creëert in Pollan's werk tussen politiek activisme en meer mainstream lifestyle advies.

De derde casestudie onderzoekt hoe Jamie Oliver's imago is getransformeerd van celebrity chef naar sociaal ondernemer door zijn betrokkenheid bij sociale en ethische kwesties in relatie tot voeding en gezondheid. Ik verklaar hoe Oliver's nieuwe rol kon ontstaan in een specifieke politieke context, waarin neoliberale waarden zoals individuele verantwoordelijkheid gepromoot worden. De casestudie analyseert hoe nieuwe lifestyle tv-formats, zoals de *campaigning culinary documentary* het mogelijk maken dat lifestyle experts en celebrities hun status gebruiken om te interveniëren in voedsel 'crises.' Tevens laat ik zien hoe interactieve media en de convergentie van media een vorm van 'zelfmanagement' faciliteren door leefstijlkeuzes van consumenten te sturen en vorm te geven. Tenslotte beargumenteer ik hoe de hybride vermenging van profit en non-profit activiteiten binnen het Jamie Oliver *brand* versterkt wordt door de convergentie van media.

Uit de analyse van de casestudies is gebleken dat ‘de hedendaags voedselbeweging’ niet gedefinieerd kan worden als een coherente, uniforme beweging, of als een organisatie met een duidelijke ideologie en beleid. Daarentegen bestaat zij eerder uit diverse grassroots en bottom-up associaties en initiatieven, o.a. gericht op lokale, biologische, slow en fair voedingsstijlen. Ondanks dit incoherente geheel, heeft deze studie weldegelijk een coherent discours ontdekt in de mediateksten die vertogen over ‘goed eten’ construeren. Het is duidelijk geworden dat de vertegenwoordigers van de beweging voedsel hebben gepolitiseerd door normen voor *eating right* en goed burgerschap te definiëren, waarbij ze morele en esthetische criteria combineren. Ondanks hun regionale verschillen zijn de drie casestudies ingebed in een vergelijkbare politieke context: neoliberal beleid dat maatschappelijke verandering faciliteert en promoot via gedecentraliseerd ‘besturen op afstand’ in plaats van via regulering en wetgeving. Als we naar de mediatisering in de drie casestudies kijken, dan kunnen we concluderen dat het discours en de politiek van de food beweging geïntegreerd is geraakt in een mainstream media- en consumptiecultuur, waarbij voedsel een belangrijke rol speelt in de branding en marketing van leefstijlen. Uit de analyse valt verder op dat culinair cultureel kapitaal tegenwoordig niet alleen door consumptie, maar steeds meer door de productie van materiele objecten (*do-it-yourself* praktijken) wordt vergaard. Lifestyle en interactieve media tools faciliteren mensen in hun zelfontplooiing door middel van DIY-praktijken als koken, bakken, tuinieren, maar ook door ander creatief gebruik van interactieve media en platforms.

Deze studie concludeert dat culinaire media een publiek platform biedt waar het discours en de praktijken van de voedselbeweging zowel zichtbaar als ook beperkt worden. Het proces van mainstreaming heeft geresulteerd in de vermenging van commerciële belangen en politieke of ethische waarden, wat spanning en tegenstrijdigheid creëert in het discours en imago van de food experts. Enerzijds bieden media platforms kansen aan de ‘alternatieve’ voedselbeweging om publiek bewustzijn te genereren. Anderzijds kan dit ook ondermijnd worden door de incorporatie van de commerciële voedingsindustrie, maar ook door de commercialisering van lifestyle-georiënteerde media. De vraag is dus of de huidige mediabelangstelling voor voedsel uiteindelijk behulpzaam is voor veranderingen in het gehele voedselsysteem. In mijn visie produceren ‘foodies’ en food subculturen met behulp van interactieve media echter ook alternatieve vertogen die het voedsellandschap potentieel kunnen transformeren.