



MASCULINITÉS ET SYSTÈMES ALIMENTAIRES: SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE EXPLORATOIRE

Objectif et portée

Cette revue exploratoire, réalisée par l'International Center for Research on Women (ICRW), propose la première synthèse interdisciplinaire systématique des données disponibles sur les intersections entre les masculinités et les systèmes alimentaires. Elle s'appuie sur des études en anglais évaluées par des pairs, publiées entre 2005 et 2025 et couvrant de nombreux domaines. L'étude a été menée selon le cadre d'Arksey et O'Malley (2005) et les lignes directrices PRISMA-ScR, et couvre trois domaines des systèmes alimentaires : les chaînes d'approvisionnement alimentaire, les environnements alimentaires et le comportement des consommateurs.

Cette analyse comble une lacune majeure : alors que la dimension de genre est désormais au cœur des politiques et des programmes relatifs aux systèmes alimentaires, l'influence des masculinités reste insuffisamment prise en compte et analysée. Cette lacune est importante car les normes masculines déterminent qui contrôle les terres, la technologie, les marchés du travail et l'autorité institutionnelle au sein des systèmes alimentaires, et façonnent fortement les comportements alimentaires, les réponses aux chocs climatiques et les obstacles à un changement favorisant l'égalité des genres. Pour atteindre l'ODD 2 (Faim « zéro »), l'ODD 5 (Égalité entre les sexes) et l'ODD 13 (Action pour le climat), il est nécessaire d'intégrer les masculinités – et pas seulement les hommes – sur les plans analytique, programmatique et politique. Afin d'évaluer dans quelle mesure ces conclusions issues de la littérature trouvent un écho dans les pratiques concrètes, cette analyse est complétée par des entretiens semi-structurés menés auprès de 12 experts soigneusement sélectionnés, travaillant dans les domaines des systèmes alimentaires, de l'agriculture et du genre, parmi lesquels figurent des chercheurs, des bailleurs de fonds, des responsables de la mise en œuvre de programmes, des décideurs politiques et des défenseurs des droits issus du monde entier. Les conclusions tirées de ces entretiens sont intégrées tout au long de ce résumé en tant que résultats émergents complémentaires, clairement distingués des données issues de la littérature.

Cadres théoriques

Cette étude identifie six cadres principaux que les chercheurs ont mis en avant à l'intersection entre la masculinité et les systèmes alimentaires. La masculinité hégémonique reste la perspective dominante, appliquée à l'identité des agriculteurs, aux institutions de recherche agronomique, à la consommation de viande et à la gouvernance agroalimentaire. Elle définit la forme culturellement valorisée de la pratique masculine qui légitime le pouvoir patriarcal à un moment historique donné. Les cadres constructivistes sociaux et performatifs considèrent la masculinité comme quelque chose que les hommes incarnent et négocient activement dans des contextes spécifiques, plutôt que comme un héritage passif, et ont été utilisés de manière fructueuse dans des études sur les comportements alimentaires, l'identité agricole et la cuisine domestique. L'écologie politique féministe identifie trois structures interdépendantes qui désavantagent les femmes dans les systèmes agraires : un régime foncier exclusif, des services de vulgarisation masculinisés et une prise de décision agricole dominée par les hommes. Les études critiques sur les hommes et les masculinités (CSMM) ainsi que les approches critiques culturelles théorisent la manière dont certains aliments, notamment la viande, sont culturellement construits comme des symboles du pouvoir masculin à travers des systèmes entremêlés de patriarcat et de spécisme. Les cadres intersectionnels et postcoloniaux révèlent que les idéaux masculins sont profondément remodelés par la race, la classe sociale, le colonialisme et la pauvreté structurelle, générant ainsi des masculinités fracturées plutôt que stables. Enfin, le concept de masculinité dialogique, développé spécifiquement pour les systèmes alimentaires, montre que les agriculteurs engagés dans l'agriculture durable incarnent des identités masculines plus souples et plus équitables en matière de genre que celles des agriculteurs des exploitations conventionnelles, établissant ainsi un lien conceptuel direct entre la théorie de la masculinité et la transformation des systèmes alimentaires.

Comment les systèmes alimentaires façonnent les masculinités

L'une des conclusions centrales de cette étude est que les systèmes alimentaires ne se contentent pas de refléter des identités masculines préexistantes ; ils les produisent et les reproduisent activement par le biais de certains mécanismes.



Économie symbolique de l'alimentation et identité masculine

Les systèmes alimentaires attribuent une valeur genrée aux aliments à travers l'histoire des produits, le marketing et les récits culinaires. La viande est valorisée comme un symbole de puissance et associée à la force physique ; la bière sert de vecteur à l'expression de l'identité masculine dans divers contextes culturels ; les régimes alimentaires à base de végétaux sont considérés comme moralement suspects ou insuffisamment masculins. Les systèmes agraires des pays du Sud désignent certaines cultures comme exclusivement masculines ou féminines, ce qui a de profondes conséquences sur les revenus, le prestige et l'accès aux ressources. Dans la société igbo, la culture de l'igname est une institution masculine paradigmatique, protégée institutionnellement par le fait que les femmes sont cantonnées à des cultures de moindre valeur. Ces codages constituent des caractéristiques structurelles des systèmes alimentaires, et non des interprétations individuelles.



Travail agricole et identité professionnelle

Dans de nombreux contextes, l'agriculture a fonctionné comme une institution forgeant la masculinité, structurant l'identité autour de l'endurance physique, de la maîtrise technique et de la subvention intergénérationnelle. Dans des études transrégionales menées dans sept pays, la responsabilité principale des tâches mécanisées et prestigieuses est attribuée aux hommes. La différenciation entre les sexes dans le travail agricole, dans de nombreux contextes autochtones, s'étend à des dimensions cosmologiques. Par exemple, chez les Shuar d'Équateur et les Canela du Brésil, les domaines végétaux genrés sont ancrés dans des systèmes rituels qui attribuent une autorité morale et spirituelle distincte aux hommes et aux femmes en tant que cultivateurs. Dans le secteur de la pêche, la ténacité, la virilité et la réticence à recourir aux soins de santé constituent à la fois les normes qui organisent l'identité masculine des pêcheurs et les principaux facteurs de leur vulnérabilité disproportionnée au VIH.



Mécanisation, commercialisation et reproduction des avantages

À mesure que l'agriculture se commercialise, l'avantage masculin ne cesse de se renforcer au lieu de s'éroder. Les hommes sont les premiers à avoir accès aux outils de production et aux revenus liés à la maîtrise technologique. Dans la riziculture nigériane, l'élevage laitier kenyan et la culture de la canne à sucre philippine, la production commerciale renforce le contrôle masculin par le biais de formations ciblées, de crédits et d'un soutien en matière d'infrastructures. Dans le secteur de la pêche, la commercialisation transforme l'autorité masculine existante sur les ressources productives en un pouvoir déterminant sur l'accès à la nourriture : l'échange « poisson contre relations sexuelles » dans les pêcheries africaines n'est pas une tradition culturelle, mais une institution issue de l'économie, fondée sur le monopole masculin de l'activité la plus lucrative de la chaîne.



Reproduction institutionnelle

Les institutions du système alimentaire, notamment les coopératives, les systèmes de vulgarisation, les associations de producteurs et les instances décisionnaires, reproduisent l'autorité masculine par le biais de la certification, de la sélection des dirigeants et du ciblage des connaissances. En Norvège, la métaphore du « gène du tracteur » illustre comment les présupposés relatifs aux aptitudes techniques influencent les décisions en matière d'héritage. Le marketing de l'agro-industrie construit activement l'autorité masculine au sein du système alimentaire : l'idéal de l'« homme d'affaires-agriculteur » déqualifie les petits exploitants tout en recentrant la masculinité agricole autour du capital et du commerce. La publicité pour la bière dans le sport construit un récit de « crise/résolution » dans lequel l'identité masculine est menacée puis rétablie par la consommation homosociale, positionnant ainsi les acteurs du système alimentaire comme des producteurs institutionnels de normes masculines à grande échelle.

4

Comment les masculinités influencent les systèmes alimentaires

Les masculinités influencent également les systèmes alimentaires de diverses manières importantes.



Contrôle des terres, des ressources et de la prise de décision

Dans tous les contextes agraires, les normes masculines déterminent qui détient la terre, les actifs et le pouvoir de décision. L'héritage foncier est considéré comme une prérogative masculine, qu'il soit imposé par le droit coutumier ou par des attentes liées à l'identité. Ce schéma s'étend à toutes les ressources productives de grande valeur : plus l'importance économique est grande, plus une ressource est fermement associée aux hommes. Une étude sur le secteur laitier au Kenya illustre clairement cette dynamique : les femmes contrôlent la vente informelle de lait à petite échelle, car les sommes en jeu sont trop modestes pour justifier une appropriation masculine, mais dès que le lait entre sur les marchés formels, le droit masculin s'exerce. Dans le secteur de la pêche, la propriété des bateaux par les hommes et leur contrôle des prises créent un monopole structurel qui se répercute tout au long de la chaîne de valeur. Une intervention menée au Kenya, qui a aidé des femmes à posséder et à exploiter des bateaux de pêche, a démontré que c'est ce contrôle masculin, et non les choix individuels des femmes, qui est à l'origine de la dépendance « poisson contre sexe » : le transfert de la propriété des bateaux aux femmes a permis de réduire le sexe de transaction et d'améliorer la sécurité alimentaire en l'espace de six mois.



Approvisionnement des ménages et sécurité alimentaire

L'identité masculine de pourvoyeur de revenus sous-tend le contrôle exercé par les hommes sur l'achat de denrées alimentaires et la répartition des ressources du ménage, indépendamment de leurs compétences en matière de nutrition. Au Rwanda, le contrôle exercé par les hommes sur l'achat d'aliments d'origine animale détermine les résultats nutritionnels du ménage, même lorsque leurs connaissances nutritionnelles sont limitées. L'autorité masculine sur l'approvisionnement peut compromettre la sécurité même qu'elle est censée garantir. En Tanzanie, par exemple, le fait que les hommes consacrent les revenus issus des récoltes à l'achat d'alcool a aggravé l'insécurité alimentaire des ménages. Lorsque l'approvisionnement fait défaut en raison de chocs climatiques ou d'une perte de revenus, les hommes réagissent souvent par la honte et le repli sur soi plutôt que par des stratégies d'adaptation, refusant l'aide alimentaire ou les mesures coopératives de sécurité alimentaire d'une manière qui sape l'efficacité des programmes. Au Bénin, les hommes en situation d'insécurité alimentaire envisageaient d'abandonner leur famille plutôt que de contracter un emprunt informel, car emprunter menaçait leur statut masculin.



Le lien entre viande et masculinité

L'association symbolique entre la viande et l'identité masculine constitue le constat le plus solide et le plus constant d'un point de vue interculturel dans la littérature. La consommation de viande fonctionne comme une mise en scène identitaire : lorsque l'identité masculine est menacée, les hommes augmentent leur consommation de viande, sont prêts à payer un supplément pour en obtenir et choisissent spécifiquement la viande rouge comme acte de stabilisation identitaire. Une alimentation à base de végétaux est perçue comme une déviation par rapport aux normes de genre, ce qui déclenche une surveillance sociale, des moqueries et un sexisme hostile. Dès l'âge de quatre ans, les enfants associent implicitement la viande à des visages masculins et les légumes à des visages féminins ; ce lien entre viande et masculinité se renforce à l'âge adulte pour atteindre son apogée entre 51 et 65 ans. Les hommes qui adhèrent aux identités masculines traditionnelles évitent de lire les étiquettes nutritionnelles ou de compter les calories, qu'ils considèrent comme des pratiques féminines. Il est important de noter que les approches de changement alimentaire fondées sur l'information peuvent se retourner contre leur objectif. Par exemple, pour les hommes qui perçoivent les informations alimentaires comme une menace pour leur identité, les messages nutritionnels peuvent intensifier la consommation de viande plutôt que de la réduire.



Variations interculturelles

Si le mécanisme structurel de la « performance identitaire alimentaire » semble globalement cohérent, son contenu varie. En Israël, la maîtrise de la préparation du houmous confère un capital culturel masculin. Au Japon, c'est historiquement la modération vis-à-vis des aliments sucrés, plutôt que la consommation de viande, qui a servi de marqueur. En Norvège, les repas centrés sur la viande préparés par des hommes vivant seuls affirment leur autonomie. Chez les hommes sikhs punjabis immigrés au Canada, l'identité alimentaire croise la religion, l'ethnicité et le devoir intergénérationnel. Ces variations s'opposent aux affirmations universalistes et soulignent la nécessité de concevoir des interventions adaptées au contexte.



Vulnérabilité professionnelle

Les normes masculines façonnent les conditions de travail au sein du système alimentaire en ancrant chez les hommes eux-mêmes des attentes en matière de prise de risque, d'endurance et de devoir de subvenir aux besoins de la famille, qui font du travail dangereux une condition de la virilité plutôt qu'une contrainte extérieure. Dans l'agriculture irlandaise, l'impératif masculin d'endurer les épreuves sans se plaindre transforme les risques pour la santé au travail, l'isolement social et le surmenage chronique en marqueurs d'une identité masculine authentique. Dans les communautés de pêcheurs ghanéennes, 59 % des pêcheurs consomment régulièrement de l'alcool, les normes masculines entre pairs en étant le principal facteur structurel. L'intersection entre la remise en cause de l'identité masculine, l'alcool et la précarité du système alimentaire est particulièrement aiguë dans le secteur de la pêche, où la culture professionnelle masculine génère des structures autorisant la prise de risques, les relations sexuelles

Chocs climatiques, changements écologiques et identités masculines

Dans les contextes où l'identité masculine est liée au rôle d'agriculteur-pourvoyeur, les chocs climatiques qui réduisent la production agricole sapent simultanément les fondements sociaux et psychologiques de la virilité. Les conséquences s'enchaînent : les hommes perçoivent l'échec productif comme un échec masculin, y réagissant par la honte, le repli sur soi et la résistance aux stratégies d'adaptation considérées comme féminines ; ils s'opposent à l'adoption de nouvelles pratiques agricoles, en partie pour défendre leur identité ; et leur détresse psychologique a des répercussions en aval sur la sécurité alimentaire des ménages et le risque de violence sexiste.

La pêche constitue l'exemple le plus largement documenté : à mesure que les stocks de poissons diminuaient dans le lac Victoria, les pêcheurs, qui ne pouvaient plus prouver leur virilité par le succès de leurs prises, ont reporté cette performance sur une consommation ostentatoire et des relations sexuelles transactionnelles, tandis que la capacité des femmes à négocier l'utilisation du préservatif et à mettre fin à ces relations s'est affaiblie. Les données économétriques confirment que la pénurie de poissons augmente de manière causale l'incidence des transactions « poisson contre sexe » et aggrave les conditions de ces transactions pour les femmes. Les programmes de lutte contre le changement climatique qui traitent le changement de comportement comme un défi purement technique, sans prendre en compte les dimensions identitaires de la résistance masculine, se heurtent à des échecs prévisibles en matière d'adoption.

Les chocs climatiques peuvent également catalyser une renégociation des rapports entre les sexes plutôt que de se contenter de détruire l'identité masculine. L'« agriculteur engagé » décrit par Coldwell (2007) incarne une masculinité plus compatible avec les systèmes alimentaires durables, en partie façonnée par la pression environnementale. Les interventions climatiques officielles peuvent toutefois renforcer la domination masculine en canalisant les ressources et les technologies via les réseaux masculins existants, comme l'illustre le secteur rizicole nigérian. Lorsque les hommes ne parviennent pas à gagner suffisamment pour subvenir aux besoins du foyer, ils peuvent réagir en exerçant un contrôle accru sur l'argent et les autres ressources limitées.

Évolution des normes et opportunités de changement

Les données ne sont pas uniformément pessimistes. Des masculinités agricoles alternatives, orientées vers la gestion responsable de l'environnement, l'éthique du soin et les pratiques collaboratives, ont émergé dans de multiples contextes. En Autriche, les hommes végétaliens ont conservé des niveaux de conception de soi masculine similaires à ceux des omnivores tout en intégrant des traits considérés comme féminins, ce qui suggère qu'un changement alimentaire n'implique pas nécessairement l'abandon de l'identité masculine, mais peut être envisagé comme une reconfiguration de celle-ci. Dans les abattoirs alternatifs danois, les praticiens cultivent des masculinités fondées sur la bienveillance et la responsabilité écologique plutôt que sur la domination. Les sportifs masculins normalisent les régimes à base de plantes à travers des discours sur la performance et la discipline. Dans les communautés agricoles queer aux États-Unis, des modèles coopératifs et centrés sur la bienveillance réinventent la vie agricole au-delà des normes masculines hétérosexuelles.

Les stratégies marketing qui recadrent les produits à base de plantes à travers des tropes de force, de performance et de sophistication technologique présentent un potentiel mesurable pour réduire la résistance masculine. Une étude menée auprès d'amateurs de viande à Sydney a révélé que le fait de présenter les protéines végétales sous l'angle d'une expérience gustative masculine réduisait considérablement la résistance et augmentait la volonté d'essayer des alternatives. Les communautés végétaliennes en ligne invoquent stratégiquement les normes masculines de force, de discipline et d'autorité morale pour produire des contre-récits dans lesquels l'homme non végétalien est présenté non pas comme respectant, mais comme transgressant les normes masculines. Ces résultats indiquent que le cadrage et le contexte constituent des leviers puissants pour le changement alimentaire chez les hommes.

La cuisine domestique offre également un point d'entrée partiel. Les hommes cuisinent davantage que les générations précédentes, en partie sous l'impulsion du prestige croissant associé à la culture des chefs célèbres. Cependant, cette évolution est asymétrique : les hommes cuisinent en tant que chefs ou dans le cadre d'une « provision masculine », plutôt qu'en tant qu'ouvriers domestiques, et leur participation à la cuisine ne se traduit pas systématiquement par une redistribution du travail alimentaire quotidien, invisible et obligatoire, qui reste principalement l'apanage des femmes. La persistance d'obstacles structurels, notamment les monopoles masculins bien ancrés sur les ressources, les dispositifs institutionnels et les sanctions sociales liées à la déviance alimentaire, signifie que le changement des normes est rarement linéaire et nécessite une transformation structurelle parallèlement à des évolutions culturelles.

Lacunes dans les données

Des lacunes importantes limitent la capacité de cette synthèse à étayer des conclusions politiques valables dans tous les contextes. Sur le plan géographique, la recherche est fortement concentrée dans les pays à revenus élevés, tandis que les pays du Sud, et en particulier l'Amérique latine, le Moyen-Orient, l'Afrique du Nord, l'Océanie et l'Asie centrale, sont largement sous-représentés. En termes de populations, les hommes autochtones, les hommes âgés, les hommes en situation de handicap, les hommes issus de la communauté LGBTQ+ et les hommes travaillant dans le secteur alimentaire informel sont largement absents de la littérature. Sur le plan sectoriel, les maillons de la chaîne d'approvisionnement alimentaire situés entre la production et la consommation – notamment la transformation, la vente en gros, la vente au détail, la restauration et la gestion des déchets – font l'objet d'une attention relativement limitée, tout comme les dimensions liées à la masculinité dans les environnements alimentaires numériques, le tourisme gastronomique, les mouvements en faveur de la souveraineté alimentaire et la gouvernance des politiques alimentaires.

Sur le plan méthodologique, la base de données est principalement transversale et qualitative dans la recherche axée sur la production, et expérimentale/quantitative dans la recherche sur la consommation, avec une intégration limitée entre les différentes traditions de recherche. Les approches de recherche longitudinales, participatives et intersectionnelles sont sous-représentées. Il existe un besoin particulier de modèles de recherche causale capables d'établir des mécanismes plutôt que de documenter des corrélations, ainsi que de modèles à plusieurs niveaux qui saisissent simultanément les dynamiques individuelles, familiales, communautaires et structurelles. Ces lacunes ont été corroborées de manière indépendante par les 12 entretiens d'experts menés dans le cadre de cette analyse, qui ont mis en évidence des priorités étonnamment similaires, notamment concernant la faiblesse des approches existantes de suivi et de mesure des masculinités et des normes de genre, et ont soulevé une autre préoccupation liée à la pratique : les programmes ont encore tendance à traiter les hommes comme une catégorie homogène, en négligeant les différences d'âge, de classe sociale, de moyens de subsistance et d'identité.



Implications en matière de politiques et de programmes

Cette analyse étaye des recommandations fondées sur des données probantes dans six domaines programmatiques :



Organisations concevant et finançant des programmes liés au système alimentaire

Les services de vulgarisation, les programmes de crédit, les initiatives de formation et les systèmes de transfert de technologies doivent être activement repensés afin de remettre en cause le contrôle masculin des ressources agricoles plutôt que de le renforcer. Cela nécessite non seulement d'inclure les femmes parmi les bénéficiaires, mais aussi de s'attaquer aux normes institutionnelles qui perpétuent l'autorité masculine sur les activités à forte valeur ajoutée. Les audits de diversité et d'inclusion de genre doivent aller au-delà du simple décompte des effectifs pour examiner comment les normes masculines façonnent la culture organisationnelle et la conception des programmes. Des indicateurs de suivi et d'évaluation tenant compte de la masculinité, permettant de suivre l'évolution des mentalités, la prise de décision au sein des ménages et la participation des hommes aux tâches liées à l'alimentation, devraient être intégrés dès le départ dans les architectures d'intervention. Les



Programmes relatifs au climat et à la résilience

L'analyse des normes de genre doit être intégrée dès le départ dans chaque projet d'adaptation au changement climatique, et non ajoutée après coup. Les programmes devraient identifier et valoriser les identités masculines compatibles avec les pratiques d'adaptation au changement climatique, en déployant des modèles d'« agriculteurs engagés » en tant qu'agents de changement par les pairs qui ont redéfini la gestion responsable de l'environnement comme une expression de la compétence masculine. Des volets consacrés à la santé mentale et au soutien psychosocial doivent être intégrés aux programmes climatiques, en reconnaissant que les pertes liées au climat menacent directement l'identité masculine de pourvoyeur et peuvent précipiter des crises psychologiques ayant des répercussions en aval sur les ménages et le risque de violence sexiste.



Travaux sur les systèmes alimentaires et les chaînes de valeur

Les programmes doivent s'attaquer aux hiérarchies de travail et de revenus fondées sur le genre, plutôt que de considérer la participation au marché du travail comme un indicateur d'équité. Des évaluations prospectives de l'impact selon le genre devraient être intégrées à tous les programmes de commercialisation et de technologie, en s'interrogeant explicitement sur la répartition des revenus, des décisions et des risques à mesure que les secteurs deviennent rentables. Lorsque des barrières d'accès masculines sont identifiées, une redistribution active de l'accès est nécessaire. Des politiques de santé au travail tenant compte de la masculinité devraient être



Engagement des jeunes

La jeunesse constitue un levier largement sous-exploité pour un changement transformateur en matière de genre. Les écoles, les réseaux de formation professionnelle, les réseaux de jeunes agriculteurs, les réseaux sociaux et les programmes sportifs offrent des opportunités d'impliquer les jeunes hommes dans les soins, la nutrition et le leadership partagé au sein du système alimentaire avant que des schémas néfastes ne s'ancrent durablement. Des stratégies de légitimation par les pairs, impliquant des figures masculines plus âgées et respectées en tant que porte-parole visibles de pratiques équitables entre les genres et adaptées au changement climatique, peuvent considérablement élargir l'acceptation sociale d'un changement des normes au sein des communautés.



Conflits, déplacements de population et contextes humanitaires

Les programmes alimentaires humanitaires doivent impliquer les hommes en tant que partenaires du bien-être des ménages plutôt qu'en tant que garants de l'autorité masculine. La santé mentale et le soutien psychosocial doivent être intégrés aux interventions en matière de sécurité alimentaire, en reconnaissant que la remise en cause de l'identité masculine a des conséquences concrètes que la simple distribution de denrées alimentaires ne peut à elle seule résoudre. Les programmes doivent être soigneusement conçus pour éviter de réaffirmer involontairement un contrôle masculin néfaste ou de déclencher des réactions négatives dues à des changements rapides de rôles, en intégrant à toutes les conceptions un suivi de la sécurité et une analyse de la sensibilité aux conflits.



Santé publique et changement alimentaire

Les approches de changement alimentaire fondées sur l'information sont insuffisantes et peuvent s'avérer contre-productives pour les hommes dont les choix alimentaires constituent une performance identitaire. Les stratégies efficaces doivent soit s'appuyer sur l'identité masculine, en recadrant les régimes alimentaires durables et favorables à la santé comme étant compatibles avec les valeurs masculines de force, de discipline et de responsabilité, soit s'attaquer aux structures sociales sous-jacentes qui font des choix alimentaires une performance masculine nécessaire. La transition vers le flexitarisme, c'est-à-dire une réduction progressive de la consommation de viande plutôt qu'une élimination pure et simple, représente une voie pragmatique compatible avec la masculinité et devrait être activement encouragée par une communication tenant compte des spécificités de la masculinité. Les cadres réglementaires devraient traiter le marketing alimentaire genré comme un enjeu de santé publique, en exigeant à la fois des engagements volontaires de la part de l'industrie et, lorsque ceux-ci s'avèrent insuffisants, des mesures réglementaires.



Perspectives complémentaires issues d'entretiens avec des experts

Les experts interrogés ont étayé ces implications par des détails tirés de la pratique. Les approches participatives, notamment le dialogue communautaire, la « déviance positive », le changement de comportement social, les groupes de pères entre eux et les modèles de formation des maris tels que les programmes ProSAR/PrAda de la GIZ à Madagascar, ont été systématiquement décrites comme plus efficaces que les messages normatifs ; de même, les points d'entrée liés au parcours de vie, tels que la paternité, illustrés par le programme Bandedereho au Rwanda, ont été jugés particulièrement prometteurs. Les personnes interrogées ont averti qu'un discours féministe imposé d'en haut pouvait susciter une attitude défensive chez les hommes et ont insisté pour que le changement soit articulé autour de résultats auxquels les hommes accordent déjà de l'importance, tels que la nutrition du foyer et les moyens de subsistance. En matière de financement, les experts ont lancé un appel aux bailleurs de fonds pour qu'ils considèrent l'engagement autour des masculinités comme une composante intégrante et dotée de ressources suffisantes des programmes, plutôt que comme un complément facultatif, qu'ils investissent dans des outils de mesure pratiques et utilisables sur le terrain, et qu'ils soutiennent la diffusion inter-organisationnelle des enseignements tirés des programmes afin que le secteur puisse s'appuyer sur un savoir-faire cumulatif plutôt que de redécouvrir sans cesse les mêmes leçons.

Perspectives et conclusions générales

Six enseignements généraux se dégagent de cette synthèse, chacun ayant des implications directes pour les politiques et la mise en œuvre des programmes.

» **Premièrement**, les masculinités sont constitutives des systèmes alimentaires, et ne se contentent pas d'exercer une influence sur ceux-ci : elles déterminent qui contrôle la terre, la technologie, l'accès au marché et l'autorité institutionnelle, et définissent quel travail est reconnu et récompensé. Cela est visible aussi bien au niveau des parcelles familiales qu'au ministère du Commerce, dans les coutumes successorales qui attribuent les terres aux fils, dans les systèmes de vulgarisation qui s'adressent par défaut aux agriculteurs masculins, et dans les structures de commercialisation qui favorisent les cultures et les produits associés à la masculinité. Pour lutter contre les inégalités de genre dans les systèmes alimentaires, il faut donc transformer les dispositifs institutionnels et matériels, et non se contenter de changer les attitudes individuelles ; les campagnes de sensibilisation ciblant les hommes à titre individuel ne peuvent se substituer à une réforme des régimes fonciers, des structures de crédit et des règles de marché qui sont à l'origine même des avantages dont bénéficient les hommes.

» **Deuxièmement**, les systèmes alimentaires produisent et reproduisent activement les masculinités à travers l'organisation du travail agricole, la commercialisation, la vulgarisation, les structures coopératives et la symbolique alimentaire. L'identité masculine n'est pas un attribut figé que les hommes apportent aux systèmes alimentaires, mais elle est continuellement constituée par les catégories institutionnelles propres au secteur : qui une coopérative reconnaît comme agriculteur, quelles cultures portent des connotations masculines ou féminines, quel travail est classé comme qualifié. Un changement transformateur en matière de genre nécessite donc de repenser les institutions des systèmes alimentaires elles-mêmes, et non pas simplement de remettre en question les croyances ou les comportements individuels des hommes.

» **Troisièmement**, la relation entre les masculinités et les systèmes alimentaires est bidirectionnelle et récursive : les structures matérielles ancrent les normes culturelles, qui à leur tour façonnent l'accès aux structures matérielles, ce qui renforce encore davantage ces normes. Ce caractère récursif explique à la fois la persistance des inégalités de genre dans les systèmes alimentaires – chaque maillon de la boucle renforçant l'autre – et les conditions dans lesquelles le changement devient possible : les interventions qui rompent la boucle en plusieurs points simultanément, à la fois sur le plan structurel et normatif, ont nettement plus de chances d'aboutir à un changement durable que celles qui ne visent qu'un seul de ses maillons.

» **Quatrièmement**, l'intersectionnalité est indispensable : la race, la classe sociale, la sexualité, la religion, l'âge et le positionnement postcolonial modifient considérablement la manière dont les normes masculines opèrent dans les systèmes alimentaires, et les affirmations universelles concernant les « hommes » risquent de reproduire les hypothèses homogénéisantes pour lesquelles les politiques relatives aux systèmes alimentaires, qui ne tiennent pas compte du genre, sont depuis longtemps critiquées. Un petit agriculteur, un travailleur agricole migrant et un cadre du système alimentaire urbain occupent des positions différentes au sein des normes masculines, et les politiques adaptées à l'un d'entre eux seront souvent mal adaptées aux autres.

» **Cinquièmement**, d'importantes lacunes en matière de données subsistent, concentrées dans les pays du Sud, dans les secteurs intermédiaires de la chaîne alimentaire tels que la transformation, le transport et la vente au détail, ainsi que parmi les populations clés, notamment les personnes LGBTQ+, les personnes en situation de handicap et les hommes n'occupant pas de rôles conventionnels au sein du foyer ou dans l'agriculture, ce qui limite considérablement les conclusions pertinentes pour l'élaboration des politiques que cette étude peut tirer avec certitude.

» **Sixièmement**, ces conclusions ont trouvé une confirmation frappante dans les entretiens menés avec 12 experts travaillant dans les domaines des systèmes alimentaires, de l'agriculture et des programmes, politiques, recherches et initiatives philanthropiques liés au genre à travers le monde. Les témoignages des praticiens et des experts ont convergé avec la littérature scientifique sur le rôle central des masculinités dans les programmes relatifs aux systèmes alimentaires et sur la nécessité d'impliquer les hommes en tant que partenaires plutôt que comme des obstacles, tout en enrichissant les conclusions de la littérature par des enseignements pratiques en matière de mesure et de programmation qui n'avaient pas encore été pris en compte dans les recherches publiées.

Les masculinités ne sont pas marginales face au défi de la mise en place de systèmes alimentaires équitables et durables. Elles en sont au cœur. Le contrôle des terres et des ressources productives par les hommes, leurs habitudes alimentaires, leur résistance ou leur adhésion aux changements agricoles et alimentaires, ainsi que leur vulnérabilité physique et psychologique sur les marchés du travail liés aux systèmes alimentaires ont tous une incidence directe sur les résultats en matière de sécurité alimentaire, de nutrition, de durabilité environnementale et d'égalité entre les sexes que les politiques relatives aux systèmes alimentaires doivent atteindre. Un programme consacré aux systèmes alimentaires qui assimile le genre à la condition féminine, en laissant les masculinités hors du champ d'analyse, continuera d'afficher des résultats inférieurs à ses propres objectifs déclarés, non pas par manque de données disponibles, mais parce qu'une partie substantielle de la structure causale reste inexplorée. Prendre les masculinités au sérieux, tant sur le plan analytique, programmatique que politique, n'est pas un complément facultatif à une politique des systèmes alimentaires sensible au genre. C'est une condition préalable à son efficacité.





10

Perspectives d'avenir

Les domaines de recherche prioritaires comprennent des études longitudinales sur la manière dont les identités alimentaires masculines évoluent au cours de la vie et en réponse aux transformations structurelles des systèmes alimentaires ; des recherches participatives et intersectionnelles dans les régions sous-représentées, en particulier au Moyen-Orient, en Amérique latine et en Océanie ; une étude systématique des secteurs peu étudiés, notamment la transformation alimentaire, la distribution, les déchets et les environnements alimentaires numériques ; ainsi que des recherches sur les dimensions liées à la masculinité au sein des mouvements pour la souveraineté alimentaire et la justice alimentaire. Sur le plan méthodologique, ce domaine nécessite un investissement accru dans des approches qui concilient les traditions qualitatives et quantitatives, intègrent l'analyse au niveau individuel et l'analyse structurelle, et permettent d'établir des mécanismes causaux. La collaboration interdisciplinaire entre les études de genre, l'économie agricole, la nutrition, la sociologie et les études sur le développement devrait être activement encouragée.

Sur le plan institutionnel, les principaux acteurs du système alimentaire, notamment la FAO, le FIDA, le PAM et la Banque mondiale, devraient intégrer une approche analytique tenant compte des questions de masculinité dans leurs cadres d'intégration de la dimension de genre, en complément — et non en remplacement — de l'accent mis actuellement sur l'autonomisation des femmes. Les programmes et la recherche devraient suivre des voies parallèles, avec un investissement soutenu dans le renforcement des capacités de recherche locales dans les régions où les programmes relatifs au système alimentaire sont mis en œuvre. Une collaboration renforcée et des partenariats d'apprentissage entre les agences de développement, les universités et les instituts de recherche locaux sont essentiels pour documenter la manière dont l'implication des hommes modifie les résultats des programmes et pour traduire ces données factuelles en modèles de programmes efficaces sur le plan opérationnel et adaptés au contexte.

11 Références

1. Aavik, K., & Velgan, M. (2021). Vegan men's food and health practices: A recipe for a more health-conscious masculinity? *Psychology of Men & Masculinities*, 22(4). <https://doi.org/10.1177/15579883211044323>
2. Abad Espinoza, L. G. (2025). Plant agency, gender, and ritual in indigenous tropical cultivation systems. *Human Ecology*, 53, 313–325. <https://doi.org/10.1007/s10745-025-00597-7>
1. Abdalla, N. R., Bavorova, M., & Gruener, S. (2023). Meat consumption in transition: The case of crisis region of Iraqi Kurdistan. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 35(1), 45–65. <https://doi.org/10.1080/08974438.2021.1936332>
1. Abdullahi, A. A. (2025). Exploring the gender dynamics in the rice value chain interventions in Nigeria. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 16(1), 133–158. <https://doi.org/10.14267/CJSSP.2025.1.6>
2. Adams, C. J. (1990). The sexual politics of meat: A feminist-vegetarian critical theory. *Continuum*.
3. Amponsah, S. K. K., Apochie, H. T., & Ackah, R. (2025). Understanding transactional sex among small scale fisherfolks in Ghana. *Marine and Fishery Sciences (MAFIS)*, 38(2), 239–251. <https://doi.org/10.47193/mafis.3822025010107>
1. Anderson, J. L. (2020). 'You're a bigger man': Technology and agrarian masculinity in postwar America. *Agricultural History*, 94(1), 1–23. <https://doi.org/10.3098/ah.2020.094.1.004>
1. Aregu, L., Choudhury, A., Rajaratnam, S., Locke, C., & McDougall, C. (2018). Gender norms and agricultural innovation: Insights from six villages in Bangladesh. *Journal of Sustainable Development*, 11(4), 270–287. <https://doi.org/10.5539/jsd.v11n4p270>
1. Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping studies: Towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(1), 19–32. <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>
2. Ashwill, M., Blomqvist, M., Salinas, S., & Ugaz-Simonsen, K. (2011). Gender dynamics and climate change in rural Bolivia. *World Bank*. <http://hdl.handle.net/10986/27161>
3. Bartke, J. (2019). Hegemonic masculinity, food and identity, Uncovering the relationship between dominant discourses and future diets [Master's thesis, Uppsala University]. DiVA portal. <https://uu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1320631>
4. Bell, S. E., Hullinger, A., & Brislen, L. (2015). Manipulated masculinities: Agribusiness, deskilling, and the rise of the businessman-farmer in the United States. *Rural Sociology*, 80(3), 285–313. <https://doi.org/10.1111/ruso.12066>
5. Béné, C., & Merten, S. (2008). Women and fish-for-sex: Transactional sex, HIV/AIDS and gender in African fisheries. *World Development*, 36(5), 875–899. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2007.05.0109>
6. Berg, J. S. (2018). Gendering mole: Masculinity and transnational cooking. *Food, Culture & Society*, 21(5), 654–663. <https://doi.org/10.1080/15528014.2018.1516405>
7. Bezner Kerr, R., et al. (2016). Integrated agriculture programs to address malnutrition in northern Malawi. *BMC Public Health*, 16, 1108.
8. Bjorkhaug, H., & Blekesaune, A. (2007). Masculinisation or professionalisation of Norwegian farm work: A gender neutral division of work on Norwegian family farms? *Journal of Comparative Family Studies*, 38(3), 423–434. <https://doi.org/10.3138/jcfs.38.3.423>
9. Bogueva, D., Marinova, D., & Bryant, C. (2022). Meat me halfway: Sydney meat-loving men's restaurant experience with alternative plant-based proteins. *Sustainability*, 14(3), 1290. <https://doi.org/10.3390/su14031290>
10. Bogueva, D., Marinova, D., & Gordon, R. (2020). Who needs to solve the vegetarian men dilemma? *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 30(1), 28–53. <https://doi.org/10.1080/10911359.2019.1664966>
11. Bonatti, M., Borba, J., Schlindwein, I., Rybak, C., & Sieber, S. (2019). 'They came home over-empowered': Identifying masculinities and femininities in food insecurity situations in Tanzania. *Sustainability*, 11(15), 4196.
12. Brady, J., & Ventresca, M. (2014). 'Officially a vegan now': On meat and renaissance masculinity in pro football. *Food and Foodways*, 22(4), 300–321. <https://doi.org/10.1080/07409710.2014.964605>
13. Brandth, B. (1995). Rural masculinity in transition: Gender images in tractor advertisements. *Journal of Rural Studies*, 11(2), 123–133.
14. Braun, V. and Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2). pp. 77-101. ISSN 1478-0887
15. Braun, J., Caine, K., & Beckie, M. A. (2024). Negotiating farm femininity in agricultural leadership. *Canadian Food Studies*, 11(2), 103–125. <https://doi.org/10.15353/cfs-rcea.v11i2.646>
16. Brettin, S. (2025). Farming masculinities in transition? Revisiting the entanglements of agricultural production and masculinities in times of socio-ecological crisis through a systematic literature review. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, 50(1), 42. <https://doi.org/10.1007/s11614-025-00625-2>
17. Brookes, G., & Chalupnik, M. (2022). 'Real men grill vegetables, not dead animals': Discourse representations of men in an online vegan community. *Discourse, Context & Media*, 49, 100640. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100640>
18. Brown, L. E. C. (2020). Eat to live, don't live to eat: Black men, masculinity, faith and food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4264. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124264>
19. Buerkle, C. W. (2009). Metrosexuality can stuff it: Beef consumption as (heteromasculine) fortification. *Text and Performance Quarterly*, 29(1), 77–93. <https://doi.org/10.1080/10462930802514370>
20. Burgos-Soto, J., Ben Farhat, J., Alley, I., Ojuka, P., Mulogo, E., Kise-Sete, T., Bouhenia, M., Salumu, L., Mathela, R., Langendorf, C., Cohuet, S., & Huerga, H. (2020). HIV epidemic and cascade of care in 12 east African rural fishing communities: Results from a population-based survey in Uganda. *BMC Public Health*, 20(1), 970. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-09121-6>
21. Cairns, K., Johnston, J., & Baumann, S. (2010). Caring about food: Doing gender in the foodie kitchen. *Gender & Society*, 24(5), 591–615. <https://doi.org/10.1177/0891243210383419>
22. Calvert, A. (2014). You are what you (m)eat: Explorations of meat-eating, masculinity and masquerade. *Journal of International Women's Studies*, 16(1), 18–33. <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol16/iss1/3>
23. Camilleri, L., Kirkovski, M., Scarfo, J., Jago, A., & Gill, P. R. (2024). Understanding the meat-masculinity link: Traditional and non-traditional masculine norms predicting men's meat consumption. *Ecology of Food and Nutrition*, 63(4), 355–386. <https://doi.org/10.1080/03670244.2024.2361818>
24. Campbell, H., & Bell, M. M. (2000). The question of rural masculinities. *Rural Sociology*, 65(4), 532–546.
25. Campos, L., Bernardes, S., & Godinho, C. (2020). Food as a way to convey masculinities: How conformity to hegemonic masculinity norms influences men's and women's food consumption. *Journal of Health Psychology*, 25(12), 1842–1856.

26. Carr, E. R. (2008). Men's crops and women's crops: The importance of gender to the understanding of agricultural and development outcomes in Ghana's Central Region. *World Development*, 36(5), 900–915. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2007.05.011>
27. Carroll, J.-A., Capel, E. M., & Gallegos, D. (2019). Meat, masculinity, and health for the “typical Aussie bloke”: A social constructivist analysis of class, gender, and consumption. *American Journal of Men's Health*, 13(6), 1557988319885561. <https://doi.org/10.1177/1557988319885561>
28. Carson, S. (2021). Eat like a white man: Meat-eating, masculinity, and neo-colonialism. *The Pegasus Review: UCF Undergraduate Research Journal*, 13(2), 5. <https://stars.library.ucf.edu/urj/vol13/iss2/5>
29. Cavazza, N., Guidetti, M., & Butera, F. (2015). Ingredients of gender-based stereotypes about food. *Appetite*, 91, 266–272. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.04.068>
30. Chipeta, S., et al. (2024). Masculinities in a feminist pedagogy: Lessons for transformative gender and agriculture training. *Frontiers in Sociology*, 9, 1461445.
31. Cho, G. D., Im, T. I., & Kim, Y. H. (2023). An analysis of the effect of trading countries' cultural characteristics on food trade. *The Korean Journal of Agricultural Economics*, 64(1), 45–65. <https://doi.org/10.24997/KJAE.2023.64.1.45>
32. Çınar, Ç., Karinen, A. K., & Tybur, J. M. (2021). The multidimensional nature of food neophobia. *Appetite*, 162, 105177. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105177>
33. Coldwell, I. (2007a). New farming masculinities: ‘More than just shit-kickers’, we’re ‘switched-on’ farmers wanting to ‘balance lifestyle, sustainability and coin’. *Journal of Sociology*, 43(1), 87–103. <https://doi.org/10.1177/1440783307073936>
34. Coldwell, I. (2007b). An emerging dialogic practice of masculinity and agriculture in the transition to sustainable farming and food production in Australia. Paper presented at the European Society of Rural Sociology.
35. Coldwell, I. (2007c). Young farmers, masculinities and the embodiment of farming practices in an Australian setting. *Rural Society*, 17(1), 19–33. <https://doi.org/10.5172/rsj.351.17.1.19>
36. Cole, S. M., Puskur, R., Rajaratnam, S., & Zulu, F. (2015). Exploring the intricate relationship between poverty, gender inequality and rural masculinity: A case study from an aquatic agricultural system in Zambia. *Culture, Society & Masculinities*, 7(2), 154–170. <https://doi.org/10.3149/CSM.0702.154>
37. Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Polity Press.
38. Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Polity Press.
39. Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829–859.
40. Creighton, G., & Oliffe, J. L. (2010). Theorising masculinities and men's health: A brief history with a view to practice. *Health Sociology Review*, 19(4), 409–418. <https://doi.org/10.5172/hesr.2010.19.4.409>
41. da Costa, F. V., Guimarães, M. F. M., & Messias, M. C. T. B. (2021). Gender differences in traditional knowledge of useful plants in a Brazilian community. *PLOS ONE*, 16(7), e0253820. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253820>
42. Dagevos, H., & Verbeke, W. (2022). Meat consumption and flexitarianism in the Low Countries. *Meat Science*, 192, 108894. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2022.108894>
43. Darwin, H. (2018). Omnivorous masculinity: Gender capital and cultural legitimacy in craft beer culture. *Social Currents*, 5(3), 291–307. <https://doi.org/10.1177/2329496517748336>
44. De Backer, C., Erreygers, S., De Cort, C., Vandermoere, F., Dhoest, A., Vrinten, J., & Van Bauwel, S. (2020). Meat and masculinities: Can differences in masculinity predict meat consumption, intentions to reduce meat and attitudes towards vegetarians? *Appetite*, 147, 104559. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104559>
45. de Boer, J., Schöslér, H., & Boersema, J. J. (2013). Motivational differences in food orientation and the choice of snacks made from lentils, locusts, seaweed or “hybrid” meat. *Food Quality and Preference*, 28(1), 32–35. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.07.008>
46. de Visser, R. O., & Smith, J. A. (2006). Mister in-between: A case study of masculine identity and health-related behaviour. *Journal of Health Psychology*, 11(5), 685–695. <https://doi.org/10.1177/1359105306066624>
47. de Visser, R. O., & Smith, J. A. (2007). Alcohol consumption and masculine identity among young men. *Psychology & Health*, 22(5), 595–614. <https://doi.org/10.1080/14768320600941772>
48. DeLessio-Parson, A. (2017). Doing vegetarianism to destabilize the meat-masculinity nexus in La Plata, Argentina. *Gender, Place & Culture*, 24(12), 1729–1748. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2017.1395822>
49. Descola, P. (2001). The genres of gender: Local models and global paradigms in the comparison of Amazonia and Melanesia. In T. A. Gregor & D. Tuzin (Eds.), *Gender in Amazonia and Melanesia: An exploration of the comparative method* (pp. 91–114). University of California Press.
50. Doss, C. R., & Morris, M. L. (2002). Men's crops? Women's crops? The gender patterns of cropping in Ghana. *World Development*, 29(11), 1989–2000. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(01\)00109-2](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(01)00109-2)
51. Dumbili, E. W. (2022). Doing gender, doing alcohol: The paradox of gendered drinking practices among young Nigerians. *Social Science & Medicine*, 311, 115349. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.115349>
52. Dumbili, E. W. (2023). ‘Alcohol helps to stimulate and violate the air’: Drinking games and transgressive drinking practices among Nigerian youth. *Sociological Research Online*, 28(3), 634–651. <https://doi.org/10.1177/13607804221133118>
53. EIGE. (2024). Gender norms. European Institute for Gender Equality. <https://eige.europa.eu/thesaurus/terms/1149>
54. Eleazar, P. J. M., Cardey, S. P., Osbahr, H., Tirol, M. S. C., & Quimbo, M. A. T. (2024). Gendering sugarcane farming: Understanding the plight of sugarcane block farmers in Batangas, Philippines. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2318881>
55. Elias, M., Mudege, N., Lopez, D. E., Najjar, D., Kandiwa, V., Luis, J., Yila, J., Tegbaru, A., Ibrahim, G., Badstue, L., Njuguna-Mungai, E., & Bentaibi, A. (2018). Gendered aspirations and occupations among rural youth, in agriculture and beyond: A cross-regional perspective. *Journal of Gender, Agriculture and Food Security*, 3(1), 82–107. <https://hdl.handle.net/10568/99065>
56. Fanzo & Claire Davis, 2021. *Food Systems, Food Environments, and Consumer Behavior*. Palgrave Studies in Agricultural Economics and Food Policy, in: *Global Food Systems, Diets, and Nutrition*, 9–28, Palgrave Macmillan.
57. FAO, IFAD, & WFP. (2020). *Voices of the hungry*. FAO.
58. FAO. (2018). *Sustainable food systems: Concept and framework*. FAO. <https://www.fao.org/3/ca2079en/CA2079EN.pdf>
59. FAO. (2023). *The status of women in agrifood systems*. FAO. <https://openknowledge.fao.org>
60. Farnworth, C. R., Jumba, H., Otieno, P. E., Galie, A., Ouma, E., Flax, V. L., Schreiner, M., & Colverson, K. (2023). Gender roles and masculinities in leveraging milk for household nutrition: Evidence from two districts in Rwanda. *Food Policy*, 118, 102486. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2023.102486>
61. Ferrell, A. K. (2012). Doing masculinity: Gendered challenges to replacing burley tobacco in central Kentucky. *Agriculture and Human Values*, 29(2), 137–149. <https://doi.org/10.1007/s10460-011-9330-1>
62. Fidolini, V. (2021). Eating like a man: Food, masculinities and self-care behavior. *Food, Culture & Society*, 25(2), 254–267. <https://doi.org/10.1080/15528014.2021.1882795>

63. Finlay, C. J., & Wenner, L. A. (2020). Real men, himbos and bros: Continuity and change in the portrayal of masculinities in sport-dirtied beer advertising. *Sport, Alcohol and Social Inquiry*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-83867-275-420201002>
64. Fiorella, K. J., Camlin, C. S., Salmen, C. R., Omondi, R., Hickey, M. D., Omollo, D. O., Milner, E. M., Bukusi, E. A., Fernald, L. C. H., & Brashares, J. S. (2015). Transactional fish-for-sex relationships amid declining fish access in Kenya. *World Development*, 74, 323–332. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.015>
65. Fonseca, R.P., De Groeve, B. and Graça, J., 2025. Masculinizing plant-based diets as an appeal for dietary change among men. *Food Quality and Preference*, 123, p.105341.
66. Galiè, A., Jiggins, J., & Struik, P. C. (2013). Women's identity as farmers: A case study from ten households in Syria. *NJAS – Wageningen Journal of Life Sciences*, 64, 25–33. <https://doi.org/10.1016/j.njas.2012.10.001>
67. Gambert, I., & Linné, T. (2018). From rice eaters to soy boys: Race, gender, and tropes of 'plant food masculinity'. *Animal Studies Journal*, 7(2), 129–179. <https://ro.uow.edu.au/asj/vol7/iss2/8>
68. Gasiorowska, A., Folwarczny, M., Tan, L. K. L., & Otterbring, T. (2023). Delicate dining with a date and burger binging with buddies: Impression management across social settings and consumers' preferences for masculine or feminine foods. *Frontiers in Nutrition*, 10, 1127409. <https://doi.org/10.3389/fnut.2023.1127409>
69. Gee, S., & Jackson, S. J. (2012). Leisure corporations, beer brand culture, and the crisis of masculinity: The Speight's 'Southern Man' advertising campaign. *Leisure Studies*, 31(1), 83–102. <https://doi.org/10.1080/02614367.2011.566625>
70. Gonda, N. (2017). Rural masculinities in tension: Barriers to climate change adaptation in Nicaragua. *RCC Perspectives*, 4, 69–76. <https://doi.org/10.5282/rcc/7985>
71. Gossard, M. H., & York, R. (2003). Social structural influences on meat consumption. *Human Ecology Review*, 10(1), 1–9.
72. Gough, B. (2007). 'Real men don't diet': An analysis of contemporary newspaper representations of men, food and health. *Social Science & Medicine*, 64(2), 326–337.
73. Gough, B., & Conner, M. T. (2006). Barriers to healthy eating amongst men. *Social Science & Medicine*, 62(2), 387–395.
74. Graça, J., Calheiros, M. M., & Oliveira, A. (2020). Gender differences in attitudes to vegans/vegetarians and their food preferences, and their implications for promoting sustainable dietary patterns: A systematic review. *Sustainability*, 12(16), 6292. <https://doi.org/10.3390/su12166292>
75. Graziani, A. R., Guidetti, M., & Cavazza, N. (2021). Food for boys and food for girls: Do preschool children hold gender stereotypes about food? *Sex Roles*, 84(7), 491–502. <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01182-6>
76. Greenebaum, J., & Dexter, B. (2018). Vegan men and hybrid masculinity. *Journal of Gender Studies*, 27(6), 637–648. <https://doi.org/10.1080/09589236.2017.1287064>
77. Gvion, L. (2011). Cooking, food, and masculinity: Palestinian men in Israeli society. *Men and Masculinities*, 14(4), 408–429. <https://doi.org/10.1177/1097184X11411269>
78. Hagmann, D., Siegrist, M., & Hartmann, C. (2019). Meat avoidance: Motives, alternative proteins and diet quality in a sample of Swiss consumers. *Public Health Nutrition*, 22(13), 2448–2459. <https://doi.org/10.1017/S1368980019001277>
79. Hammersley, C., Richardson, N., Meredith, D., Carroll, P., & McNamara, J. (2021). 'That's me I am the farmer of the land': Exploring identities, masculinities, and health among male farmers in Ireland. *American Journal of Men's Health*, 15(4), 15579883211035241. <https://doi.org/10.1177/15579883211035241>
80. Heggem, R. (2014). Exclusion and inclusion of women in Norwegian agriculture: Exploring different outcomes of the 'tractor gene'. *Journal of Rural Studies*, 34, 263–271. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2014.03.002>
81. Hillenbrand, E., & Miruka, M. (2019). Gender and social norms in agriculture: A review. In A. Quisumbing et al. (Eds.), *Annual trends and outlook report: Gender equality in rural Africa*. IFPRI.
82. Hinrichs, K., Hoeks, J., Campos, L., Guedes, D., Godinho, C., Matos, M., & Graça, J. (2022). Why so defensive? Negative affect and gender differences in defensiveness toward plant-based diets. *Food Quality and Preference*, 102, 104662. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104662>
83. Hirsch, D. (2016). Hummus masculinity in Israel. *Food, Culture & Society*, 19(2), 337–359. <https://doi.org/10.1080/15528014.2016.1178550>
84. HLPE. (2017). *Nutrition and food systems: A report by the High-Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition*. FAO.
85. Holm, L. (1999). Preferences, quantities and concerns: Socio-cultural perspectives on the gendered consumption of foods. *European Journal of Clinical Nutrition*, 53(5), 351–359. <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1600767>
86. Holtzman, J. (2018). The weakness of sweetness: Masculinity and confectionary in Japan. *Food, Culture & Society*, 21(3), 280–295. <https://doi.org/10.1080/15528014.2018.1451037>
87. Hovorka, A. J. (2005). The (re)production of gendered positionality in Botswana's commercial urban agriculture sector. *Annals of the Association of American Geographers*, 95(2), 294–313. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.2005.00461.x>
88. Howard, P. L. (Ed.). (2003). *Women and plants: Gender relations in biodiversity management and conservation*. Zed Books.
89. Ilomo, M., Rutashobya, L. K., Ishengoma, E. K., Pettersson, K., & Bergman Lodin, J. (2021). Doing and undoing gender in rice business and marketplaces in Tanzania. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1934981.
90. Jellison, K. (2018). Get your farm in the fight: Farm masculinity in World War II. *Agricultural History*, 92(1), 5–20. <https://doi.org/10.3098/ah.2018.092.1.005>
91. Kamali, A., Nsubuga, R. N., Ruzagira, E., Bahemuka, U., Asiki, G., Price, M. A., Newton, R., Kaleebu, P., & Fast, P. (2016). Heterogeneity of HIV incidence: A comparative analysis between fishing communities and in a neighbouring rural general population, Uganda, and implications for HIV control. *Sexually Transmitted Infections*, 92(6), 447–454. <https://doi.org/10.1136/sextrans-2015-052179>
92. Kansanga, M. M., Antabe, R., Sano, Y., Mason-Renton, S., & Luginaah, I. (2019). A feminist political ecology of agricultural mechanization and evolving gendered on-farm labor dynamics in northern Ghana. *Gender, Technology and Development*, 23(3), 207–233. <https://doi.org/10.1080/09718524.2019.1687799>
93. Kelly, A., & Ciclitira, K. (2011). Eating and drinking habits of young London-based Irish men: A qualitative study. *Journal of Gender Studies*, 20(3), 223–235. <https://doi.org/10.1080/09589236.2011.593322>
94. Khara, T., Riedy, C., & Ruby, M. B. (2021). The evolution of urban Australian meat-eating practices. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5, 624288. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.624288>
95. Kildal, C. L., & Syse, K. L. (2017). Meat and masculinity in the Norwegian Armed Forces. *Appetite*, 112, 69–77. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.12.032>
96. Kollmayer, M., Schultes, M.-T., Lüftenegger, M., & Spiel, C. (2022). Psychological processes underlying an omnivorous, vegetarian, or vegan diet: Gender role self-concept, human supremacy beliefs, and moral disengagement from meat. *Sustainability*, 14(14), 8276. <https://doi.org/10.3390/su14148276>

97. Kubberød, E., Ueland, Ø., Tronstad, Å., & Risvik, E. (2002). Attitudes towards meat and meat-eating among adolescents in Norway: A qualitative study. *Appetite*, 38(1), 53–62. <https://doi.org/10.1006/appe.2002.0458>
98. Kyei-Arthur, F., & Kyei-Gyamfi, S. (2023). Alcohol consumption and risky sexual behaviours among fishers in Elmina in Ghana. *BMC Public Health*, 23(1), 1328. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16239-w>
99. Kyei-Gyamfi, S. (2022). Fish-for-Sex (FFS) and risk of HIV infection among fishers in Elmina fishing community in Ghana. *African Human Mobility Review*, 8(2), 75–97. <https://doi.org/10.14426/ahmr.v8i2.1075>
100. Kyei-Gyamfi, S., & Kyei-Arthur, F. (2024). Loneliness and risky behaviours among mobile fishers in Elmina, Ghana: A convergent parallel mixed-method study. *BMC Public Health*, 24(1), 1746. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-19243-w>
101. Kyei-Gyamfi, S., Kyei-Gyamfi, Z., Kotey, V. K., & Kyei-Arthur, F. (2025). Fish-for-Sex among fishers in a fishing community in Ghana: Prevalence, drivers and impacts. *Sexuality & Culture*, 29(4), 1805–1824. <https://doi.org/10.1007/s12119-025-10347-y>
102. Land, V., Thurnell-Read, T., & Patterson, A. (2025). Craft beer lacks space for women as beer professionals. *Journal of Marketing Management*. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2025.2500572>
103. Laire, C. N. (2005). 'You're not a man at all!': Masculinity, responsibility, and staying on the land in Ireland. *Irish Journal of Sociology*, 14(2), 94–114.
104. Lax, J. B., & Mertig, A. G. (2020). The perceived masculinity of meat: Development and testing of a measure across social class and gender. *Food, Culture & Society*, 23(3), 416–426. <https://doi.org/10.1080/15528014.2020.1741068>
105. Leary, R. B., MacDonnell Mesler, R., Montford, W. J., & Chernishenko, J. (2023). This meat or that alternative? How masculinity stress influences food choice when goals are conflicted. *Frontiers in Nutrition*, 10, 1111681. <https://doi.org/10.3389/fnut.2023.1111681>
106. Leroy, F., & Praet, I. (2015). Meat traditions: The co-evolution of humans and meat. *Appetite*, 90, 200–211. <https://doi.org/10.1016/j.apet.2015.03.014>
107. Leslie, I. S. (2017). Queer farmers: Sexuality and the transition to sustainable agriculture. *Rural Sociology*, 82(4), 747–771. <https://doi.org/10.1111/ruso.12153>
108. Levac, D., Colquhoun, H., & O'Brien, K. K. (2010). Scoping studies: Advancing the methodology. *Implementation Science*, 5(1), 69. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-5-69>
109. Levi, A., Chan, K. K., & Pence, D. (2006). Real men do not read labels: The effects of masculinity and involvement on college students' food decisions. *Journal of American College Health*, 55(2), 91–98. <https://doi.org/10.3200/JACH.55.2.91-98>
110. Liebman, M., Propst, K., Moore, S. A., Pelican, S., Holmes, B., Wardlaw, M. K., Melcher, L. M., Harker, J. C., Dennee, P. M., & Dunnagan, T. (2003). Gender differences in selected dietary intakes and eating behaviors in rural communities in Wyoming, Montana, and Idaho. *Nutrition Research*, 23(8), 991–1002. [https://doi.org/10.1016/S0271-5317\(03\)00080-0](https://doi.org/10.1016/S0271-5317(03)00080-0)
111. Liepens, R. (2000). Making men: The construction and representation of agriculture-based masculinities in Australia and New Zealand. *Rural Sociology*, 65(4), 605–620.
112. Loginova, D., & Mann, S. (2024). Sweet home or battle of the sexes: Who dominates food purchasing decisions? *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02732-7>
113. Lombardo, M. (2025). Gender differences in protein consumption and body composition: The influence of socioeconomic status on dietary choices. *Foods*, 14(5), 887. <https://doi.org/10.3390/foods14050887>
114. Love, H. J., & Sulikowski, D. (2018). Of meat and men: Sex differences in implicit and explicit attitudes toward meat. *Frontiers in Psychology*, 9, 559. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00559>
115. Lyons, A. C. (2009). Masculinities, femininities, behaviour and health. *Social and Personality Psychology Compass*, 3(4), 394–412. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2009.00192.x>
116. MacPherson, E. E., Phiri, M., Sadalaki, J., Nyongopa, V., Desmond, N., Mwapasa, V., Lalloo, D. G., Seeley, J., & Theobald, S. (2020). Sex, power, marginalisation and HIV amongst young fishermen in Malawi: Exploring intersecting inequalities. *Social Science & Medicine*, 266, 113429. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113429>
117. MacPherson, E. E., Sadalaki, J., Njoloma, M., Nyongopa, V., Nkhwazi, L., Mwapasa, V., Lalloo, D. G., Desmond, N., Seeley, J., & Theobald, S. (2012). Transactional sex and HIV: Understanding the gendered structural drivers of HIV in fishing communities in Southern Malawi. *Journal of the International AIDS Society*, 15(Suppl. 1), 17364. <https://doi.org/10.7448/IAS.15.3.17364>
118. Madu, T., Petsakos, A., & Bauchet, J. (2023). Prioritizing preferred traits in the yam value chain in Nigeria: A gender situation analysis. *Frontiers in Sociology*, 8, 1232626. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1232626>
119. Mann, S. (2021). The old man and the meat: On gender differences in meat consumption across stages of human life. *Foods*, 10(11), 2809. <https://doi.org/10.3390/foods10112809>
120. Melzer, A., Kakoschke, K., & Rief, W. (2023). Meatless masculinity: Examining profiles of male veg*n eating motives and their relation to gendered self-concepts. *Current Psychology*, 42(34), 29851–29867. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03998-9>
121. Merten, S., & Haller, T. (2007). Culture, changing livelihoods, and HIV/AIDS discourse: Reframing the institutionalization of fish-for-sex exchange in the Zambian Kafue Flats. *Culture, Health & Sexuality*, 9(1), 69–83. <https://doi.org/10.1080/13691050600965968>
122. Mertens, A., & Oberhoff, L. (2023). Meat-eating justification when gender identity is threatened, The association between meat and male masculinity. *Food Quality and Preference*, 104, 104731. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104731>
123. Mesler, R. M., Leary, R. B., & Montford, W. J. (2022). The impact of masculinity stress on preferences and willingness-to-pay for red meat. *Appetite*, 171, 105729. <https://doi.org/10.1016/j.apet.2022.105729>
124. Messner, M. A., & Montez de Oca, J. (2005). The male consumer as loser: Beer and liquor ads in mega sports media events. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 30(3), 1879–1909. <https://doi.org/10.1086/427523>
125. Miller, T. L. (2019). *Plant kin: A multispecies ethnography in indigenous Brazil*. University of Texas Press.
126. Modlinska, K., Adamczyk, D., Maison, D., & Pisula, W. (2020). Gender differences in attitudes to vegans/vegetarians and their food preferences, and the impact of social contacts with vegans/vegetarians. *Appetite*, 150, 104499.
127. Mojola, S. A. (2011). Fishing in dangerous waters: Ecology, gender and economy in HIV risk. *Social Science & Medicine*, 72(2), 149–156. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2010.11.006>
128. Molina-Montero, C., Igual, M., Martínez-Monzó, J., & García-Segovia, P. (2025). Gender stereotypes and perceptions of age in food: A comparative analysis between Spain and Ecuador. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 41, 101213. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101213>
129. Mycek, M. K. (2018). Meatless meals and masculinity: How veg* men explain their plant-based diets. *Food and Foodways*, 26(3), 223–245. <https://doi.org/10.1080/07409710.2017.1420355>
130. Nakagawa, S., & Hart, C. (2019). Where's the beef? How masculinity exacerbates gender disparities in health behaviors. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 5, 2378023119831801. <https://doi.org/10.1177/2378023119831801>

131. Namie, J., & Timmons, H. (2014). Faith and feeding the family: Latter-day Saint fathers and foodwork. *Food and Foodways*, 22(4), 247–267. <https://doi.org/10.1080/07409710.2014.964588>
132. Nanney, M., Chapman, N. G., Lellock, J. S., & Mikles-Schluterman, J. (2020). Gendered expectations, gatekeeping, and consumption in craft beer spaces. *Humanity & Society*, 44(4), 373–396. <https://doi.org/10.1177/0160597620932888>
133. Nath, J. (2011). Gendered fare? A qualitative investigation of alternative food and masculinities. *Journal of Sociology*, 47(3), 261–278. <https://doi.org/10.1177/1440783310386828>
134. Nathenson, P., Slater, S., Higdon, P., Aldinger, C., & Ostheimer, E. (2017). No sex for fish: Empowering women to promote health and economic opportunity in a localized place in Kenya. *Health Promotion International*, 32(5), 800–807. <https://doi.org/10.1093/heapro/daw012>
135. Nwoye, C. M. A. (2023). The phenomenon of male and female crops in Igbo agrarian culture: Implication for gender equality. In T. S. Maluleke & N. Maluleke (Eds.), *African feminisms and critical discourse on gender and development* (pp. 121–140). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-031-43040-4_7
136. Okumus, B., Dedeoğlu, B. B., & Shi, F. (2021). Gender and generation as antecedents of food neophobia and food neophilia. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100773. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100773>
137. Olapade, O. J., & Zahara, F. C. (2014). Benefit related relationships among artisanal fisher folks of Tombo fish landing community Western Sierra Leone. *Journal of Fisheries and Aquatic Science*, 9(5), 387–397. <https://doi.org/10.3923/jfas.2014.387.397>
138. Oliffe, J. L., Grewal, S., Bottorff, J. L., Dhessi, J., Bindy, H., Kang, K., & Hislop, T. G. (2010). Masculinities, diet and senior Punjabi Sikh immigrant men: Food for Western thought? *Sociology of Health & Illness*, 32(5), 761–776. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2010.01241.x>
139. Oliver, C. (2023). Mock meat, masculinity, and redemption narratives: Vegan men's negotiations and performances of gender and eating. *Social Movement Studies*, 22(1), 62–79. <https://doi.org/10.1080/14742837.2021.1989293>
140. Oswald, G. (2024). Baiting the hook: Fish scarcity, gendered division of labour, and the fish-for-sex trade. *Social Science & Medicine*, 345, 116594. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2024.116594>
141. Otterbring, T., Elbæk, C. T., & Lu, C. (2021). Masculine (low) digit ratios predict masculine food choices in hungry consumers. *Food Quality and Preference*, 90, 104168. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104168>
142. Ouvrein, G., Decorte, P., & Peeters, A. (2025). An online experiment into the effects of masculine-themed versus neutral meat alternative marketing on men's perceived association between meat and masculinity. *Journal of Food Products Marketing*, 31(6–9), 75–90. <https://doi.org/10.1080/10454446.2025.2557805>
143. Panga, O. D., Joachim, A., Samizi, F. G., Gitige, C. G., Moremi, N., Simeo, J., Mtebe, M., & Abade, A. (2022). Prevalence, recent infection and predictors of HIV infection in fishing community along the shore of Lake Victoria in Tanzania. *Journal of Public Health*, 44(4), 881–890. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdab189>
144. Parry, J. (2010). Gender and slaughter in popular gastronomy. *Feminism & Psychology*, 20(3), 381–396. <https://doi.org/10.1177/0959353510368129>
145. Peeters, A., Ouvrein, G., Dhoest, A., & De Backer, C. (2022). It's not just meat, mate! The importance of gender differences in meat consumption. *Food, Culture & Society*, 26(5), 1193–1214. <https://doi.org/10.1080/15528014.2022.2125723>
146. Peeters, A., Ouvrein, G., Dhoest, A., & De Backer, C. (2025). Meat & greet: How inter- and intragroup dyadic interactions influence perceptions of meat eaters and meat avoiders. *Appetite*, 214, 108169. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2025.108169>
147. Peter, G., Bell, M.M., Jarnagin, S. and Bauer, D. (2000). Coming Back Across the Fence: Masculinity and the Transition to Sustainable Agriculture. *Rural Sociology*, 65: 215–233. <https://doi.org/10.1111/j.1549-0831.2000.tb00026.x>
148. Pini, B. (2008). *Masculinities and management in agricultural organizations worldwide*. Ashgate.
149. Pohlmann, A. (2021). Replication dataset: The effect of compassion, biological sex, and gender identity threat on jerky choice. *Data in Brief*, 39, 107595. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2021.107595>
150. Pohlmann, A. (2022). The taste of compassion: Influencing meat attitudes with interhuman and interspecies moral appeals. *Appetite*, 168, 105654. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105654>
151. Poppi, F. I. M. (2024). Mater familias: Counter-narratives of sexism and heteronormativity in the Italian food culture. *Food, Culture & Society*, 27(4), 953–972. <https://doi.org/10.1080/15528014.2023.2195325>
152. Pyburn, R. and Hallin, R., 2023. Gendered social norms in agrifood systems: A conceptual framework. *CGIAR*
153. Ragetlie, R., & Luginaah, I. (2023). Masculinities in context: How food insecurity shapes conjugal dynamics in northwestern Benin. *Canadian Journal of African Studies*, 57(2), 349–368. <https://doi.org/10.1080/00083968.2022.2147971>
154. Rogers, R. A. (2008). Beasts, burgers, and hummers: Meat and the crisis of masculinity in contemporary television advertisements. *Environmental Communication*, 2(3), 281–301. <https://doi.org/10.1080/17524030802390250>
155. Roos, E., Lahelma, E., Virtanen, M., Prättälä, R., & Pietinen, P. (1998). Gender, socioeconomic status and family status as determinants of food behaviour. *Social Science & Medicine*, 46(12), 1519–1529. [https://doi.org/10.1016/s0277-9536\(98\)00032-x](https://doi.org/10.1016/s0277-9536(98)00032-x)
156. Rosenfeld, D. L. (2020). The psychology of vegetarianism: Recent advances and future directions. *Food Quality and Preference*, 81, 103859. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103859>
157. Rothgerber, H. (2013). Real men don't eat (vegetable) quiche: Masculinity and the justification of meat consumption. *Psychology of Men & Masculinity*, 14(4), 363–375. <https://doi.org/10.1037/a0030379>
158. Rozin, P., Hormes, J. M., Faith, M. S., & Wansink, B. (2012). Is meat male? A quantitative multimethod framework to establish metaphoric relationships. *Journal of Consumer Research*, 39(3), 629–643.
159. Ruby, M. B., & Heine, S. J. (2011). Meat, morals, and masculinity. *Appetite*, 56(2), 447–450. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.01.018>
160. Rutt, R. L., & Tjørring, L. (2024). Killing with care? The potentials at the sustainability/masculinity nexus in an 'alternative' Danish slaughterhouse. *Agriculture and Human Values*, 41(4), 1541–1556. <https://doi.org/10.1007/s10460-024-10568-1>
161. Salguero-Velázquez, A., Solano, N., Fernandez-Rivera Melo, F. J., López-Ercilla, I., & Torre, J. (2022). Characterization of masculinity expressions and their influence on the participation of women in Mexican small-scale fisheries. *Maritime Studies*, 21(3), 363–378. <https://doi.org/10.1007/s40152-022-00276-z>
162. Salmen, A., Faber, N. S., Krings, V. C., & Dhont, K. (2025). Masculinity perceptions and hostile sexism shape evaluations of plant-based meat alternatives. *Social Psychological and Personality Science*. <https://doi.org/10.1177/19485506251404095>
163. Saugeres, L. (2002). The cultural representation of the farming landscape: Masculinity, power and nature. *Journal of Rural Studies*, 18(4), 373–384.
164. Scholz, A. E., & Lenhart, J. (2023). Masculinity and veganism: The effect of linking vegan dishes with masculinity on men's attitudes toward vegan food. *Frontiers in Communication*, 8, 1244471.
165. Sellaeg, K., & Chapman, G. E. (2008). Masculinity and food ideals of men who live alone. *Appetite*, 51(1), 120–128. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2008.01.003>

166. Sibanda, M. (2025). Feminist agroecology: Towards gender-equal and sustainable food systems in Sub-Saharan Africa. *Agricultural & Rural Studies*, 3(1), 16.
167. Sileo, K. M., Kintu, M., Chanes-Mora, P., & Kiene, S. M. (2016). "Such behaviors are not in my home village, I got them here": A qualitative study of the influence of contextual factors on alcohol and HIV risk behaviors in a fishing community on Lake Victoria, Uganda. *AIDS and Behavior*, 20(3), 537–547. <https://doi.org/10.1007/s10461-015-1077-z>.
168. Sloan, C., Gough, B., & Conner, M. (2010). Healthy masculinities? How ostensibly healthy men talk about lifestyle, health and gender. *Psychology & Health*, 25(7), 783–803. <https://doi.org/10.1080/08870440902883204>
169. Sobal, J. (2005). Men, meat, and marriage: Models of masculinity. *Food and Foodways*, 13(1–2), 135–158. <https://doi.org/10.1080/07409710590915409>
170. Stanley, S. K., Day, C., & Brown, P. M. (2023). Masculinity matters for meat consumption: An examination of self-rated gender typicality, meat consumption, and veg*nism in Australian men and women. *Sex Roles*, 88(3–4), 187–198. <https://doi.org/10.1007/s11199-023-01346-0>
171. Stibbe, A. (2004). Health and the social construction of masculinity in Men's Health magazine. *Men and Masculinities*, 7(1), 31–51. <https://doi.org/10.1177/1097184X03257441>
172. Sumpter, K. C. (2015). Masculinity and meat consumption: An analysis through the theoretical lens of hegemonic masculinity and alternative masculinity theories. *Sociology Compass*, 9(2), 104–114. <https://doi.org/10.1111/soc4.12241>
173. Szabo, M. (2019). Masculinities, food and cooking. In L. Gottzén, U. Mellström, & T. Shefer (Eds.), *Routledge international handbook of masculinity studies* (pp. 404–413). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315165165-40>
174. Tarjem, I. A., & Tufan, H. A. (2023). The men who feed the world? Putting masculinities on the agenda for crop breeding research for development. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 7, 1243217.
175. Tavenner, K., & Crane, T. A. (2018). Gender power in Kenyan dairy: Cows, commodities, and commercialization. *Agriculture and Human Values*, 35(3), 701–715. <https://doi.org/10.1007/s10460-018-9867-3>
176. Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>
177. Thomas, M. A. (2016). Are vegans the same as vegetarians? The effect of diet on perceptions of masculinity. *Appetite*, 97, 79–86. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.11.021>
178. Thurnell-Read, T. (2022). Gender and craft drinks. *Sociology Compass*, 16(9), e13018. <https://doi.org/10.1111/soc4.13018>
179. Timeo, S., & Suitner, C. (2018). Eating meat makes you sexy: Conformity to dietary gender norms and attractiveness. *Psychology of Men & Masculinity*, 19(3), 418–429. <https://doi.org/10.1037/men0000119>
180. Tindall, C., & Holvoet, K. (2008). From the lake to the plate: Assessing gender vulnerabilities throughout the fisheries chain. *Development*, 51(2), 205–211. <https://doi.org/10.1057/dev.2008.6>
181. Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., O'Brien, K. K., Colquhoun, H., Levac, D., ... & Straus, S. E. (2018). PRISMA extension for scoping reviews (PRISMA-ScR): Checklist and explanation. *Annals of Internal Medicine*, 169(7), 467–473. <https://doi.org/10.7326/M18-0850>
182. Unsain, R. F., Ulian, M. D., Sato, P. M., Sabatini, F., Oliveira, M. S. S., & Scagliusi, F. B. (2020). 'Macho food': Masculinities, food preferences, eating practices history and commensality among gay bears in São Paulo, Brazil. *Appetite*, 144, 104453. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104453>
183. van der Horst, H., Sällylä, A., & Michielsen, Y. (2023). Game changers for meat and masculinity? Male athletes' perspectives on mixed and plant-based diets. *Appetite*, 187, 106585. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.106585>
184. Vartanian, L. R., Herman, C. P., & Polivy, J. (2007). Consumption stereotypes and impression management. *Appetite*, 48(3), 265–277.
185. Velzeboer, R., Li, E., Gao, N., Sharp, P., & Oliffe, J. L. (2024). Masculinity, meat, and veg*nism: A scoping review. *Psychology of Men & Masculinities*, 25(2). <https://doi.org/10.1177/15579883241247173>
186. Voeks, R. A. (2007). Are women reservoirs of traditional plant knowledge? Gender, ethnobotany and globalization in northeast Brazil. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 28(1), 7–20. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9493.2006.00273.x>
187. Vrijnsen, E., Van Bauwel, S., Dhoest, A., & De Backer, C. (2025). Sizzling steaks and manly molds: Exploring the meanings of meat and masculinities in young men's lives. *Appetite*, 204, 107754. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2024.107754>
188. Wandera, S. O., Tumwesigye, N. M., Walakira, E. J., Kisaakye, P., & Wagman, J. (2021). Alcohol use, intimate partner violence, and HIV sexual risk behavior among young people in fishing communities of Lake Victoria, Uganda. *BMC Public Health*, 21(1), 544. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10595-1>
189. WECF. (2026). Joint submission to the UN Special Rapporteur on food systems, climate and masculinities. <https://www.wecf.org/food-systems-masculinities-climate/>
190. Wenner, L. A., & Jackson, S. J. (Eds.). (2009). *Sport, beer, and gender: Promotional culture and contemporary social life*. Peter Lang, London.

Comment citer:

International Center for Research on Women (2026) Masculinités et systèmes alimentaires: synthèse de l'étude exploratoire. ICRW, Kampala, Ouganda.

Pour consulter le rapport complet, voir: International Center for Research on Women (2026) *Masculinities and Food Systems: A Scoping Review*. ICRW, Kampala, Uganda

Remerciements:

Cette revue a été conceptualisée et rédigée par Kirabo Suubi, Hilda Owii et Chimaraoke Izugbara. Les auteurs remercient chaleureusement Deborah Nakisuyi pour ses précieuses contributions, qui ont joué un rôle déterminant dans la réalisation de cette revue dans les délais s. Nous remercions sincèrement Faith Achungu Tsuma pour son soutien indéfectible tout au long du processus de revue, ainsi que Sara Grimm pour avoir mené la recherche documentaire qui a nourri ce travail. Nous sommes également profondément reconnaissants envers les experts en systèmes alimentaires, en agriculture et en question de genre qui ont généreusement partagé leur temps et leur expertise lors d'entretiens qui ont enrichi cette étude. Nous adressons nos sincères remerciements à la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) pour son généreux soutien financier, qui a rendu cette étude possible. Nous remercions également le personnel de la GIZ pour sa relecture attentive du rapport et pour ses commentaires constructifs qui en ont renforcé la qualité. Enfin, nous tenons à remercier nos relecteurs externes, dont les commentaires réfléchis, les recommandations pertinentes et les remarques critiques ont considérablement amélioré la rigueur et la qualité globale de ce rapport.

Les opinions et conclusions exprimées dans ce rapport sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les opinions de la GIZ ni celles des autres personnes ou organisations mentionnées dans le présent document.

