

*Red. Yrsa Lindqvist &  
Susanne Österlund-Pötzsch*

# Jordnära

ETNOLOGISKA REFLEKTIONER ÖVER NY NORDISK MAT



SLS

SKRIFTER UTGIVNA AV SVENSKA LITTERATURSÄLLSKAPET I FINLAND  
NR 822



*Red. Yrsa Lindqvist & Susanne Österlund-Pötzsch*

# Jordnära

ETNOLOGISKA REFLEKTIONER ÖVER NY NORDISK MAT

SVENSKA LITTERATURSÄLLSKAPET I FINLAND  
HELSINGFORS 2018

Boken har utgivits med stöd av  
Ingrid, Margit och Henrik Höijers donationsfond I  
inom Svenska litteratursällskapet i Finland.

Den digitala utgåvan är licensierad enligt Creative Commons  
Erkännande-Ickekommersiell-IngaBearbetningar 4.0 Internationell  
(CC BY-NC-ND 4.0).

© Författarna och Svenska litteratursällskapet i Finland 2018

Ann-Christine Relander har översatt artiklarna "Nostalgi smakar blåbär"  
(s. 19–48), "På jakt efter sniglar och berättelser" (s. 113–130) och  
Lyxrestauranger – en smakfråga" (s. 131–160) från engelska.  
Ingela Jansson har översatt artikeln "Mjölkröbotar och  
gammaldags skyr" (s. 49–81) från isländska.

Omslag och grafisk form: Antti Pokela  
Omslagets baksida, foto Yrsa Lindqvist

Typsnitt: Above the Sky, Museo Sans, Minion

ISBN 978-951-583-430-0 (tryckt utgåva)  
ISBN 978-951-583-452-2, URN:NBN:fi:sis-978-951-583-452-2 (epub)  
ISBN 978-951-583-451-5, URN:NBN:fi:sis-978-951-583-451-5 (pdf)  
ISSN 0039-6842 (Skrifter utgivna av  
Svenska litteratursällskapet i Finland)

UDK 39



VERTAISARVIOITU  
KOLLEGIALT GRANSKAD  
PEER-REVIEWED  
[www.tsv.fi/tunnus](http://www.tsv.fi/tunnus)

# Innehåll

## 7 FÖRORD

*Yrsa Lindqvist & Susanne  
Österlund-Pötzsch*

## 9 INLEDNING

*Ester Bardone*

## 19 NOSTALGI SMAKAR BLÅBÄR

Minnen av skogsbär i estnisk  
matkultur

*Jón Þór Pétursson*

## 49 MJÖLKROBOTAR OCH GAMMALDAGS SKYR

Produktionen av kulturarv  
och lokal mat på Island

*Yrsa Lindqvist*

## 83 MAT PÅ BILD – ATT ILLUSTRERA RENA RÅVAROR

*Hanne Pico Larsen*

## 113 PÅ JAKT EFTER SNIGLAR OCH BERÄTTELSE

Vildplockat som motiv och  
praktik i det nya nordiska köket

*Anna Burstedt*

## 131 LYXRESTAURANGER – EN SMAKFRÅGA

En studie av svenska  
restaurangguider

*Connie Reksten*

## 161 NÅR MAT FEIRES

Om Bergen Matfestival, lokalmat  
og den sanselige regionen

*Susanne Österlund-Pötzsch*

## 185 FOLKFEST I MATENS TECKEN

Skördefesten på Åland som  
upplevelsekultur och (lokal)turism

- 211 Källor och litteratur
- 228 Bildkällor
- 229 Medverkande
- 230 Personregister



# Förord

VÅRT FÖRHÅLLANDE till vad vi åter berättar mycket om den tid vi lever i. Då odling i början av 1900-talet på ett individplan handlade om självhushållning på landsbygden, handlar det drygt hundra år senare för många alltmer om upplevelser, medvetenhet och längtan efter äkthet. För de tidiga folklivsforskarna och etnograferna var maten och måltiderna ett viktigt kulturområde att dokumentera. Efter en svacka på några decennier har intresset för att undersöka matens och måltidens praktiker återigen ökat. Under 2000-talet har maten som studieobjekt varit ett synligt inslag på till exempel de nordiska och europeiska etnolog- och folkloristkonferenserna.

Det är under de här sammankomsterna som kontakterna mellan författarna i boken *Jordnära* har knutits. Vi har följt varandras forskning, fältarbeten, tankar och publikationer. Tanken på att ge ut en gemensam bok

föddes i och med insikten att vi inom gruppen kunde återge ett omfattande arkiv- och fältarbetsmaterial från hela Norden och Estland. Vi vill understryka att en kontinuerlig dokumentation av matkultur är en central uppgift för traditions- och folkminnesarkiv, och en viktig nyckel till att analysera vardagsliv och lokalidentitet samt trender inom bland annat upplevelsekonsumtion och social samvaro.

Samtliga medverkande förenas av en fascination för hur teman som naturen, det lokala och det jordnära präglar dagens matkultur i form av berättande och praktiker. Med denna bok vill vi på ett lättillgängligt sätt dela med oss av vår etnografiska forskning kring den nya nordiska maten. Vi vill rikta ett varmt tack till Svenska litteratursällskapet i Finland som understött detta projekt samt till de två anonyma granskare som gett värdefulla kommentarer till manuskriptet.

YRSA LINDQVIST OCH SUSANNE ÖSTERLUND-PÖTZSCH

*Helsingfors 26.4.2018*





# Inledning

*Det bonden inte känner igen det äter han inte.  
Om stadsborna visste vad de äter skulle de genast bli bönder.<sup>1</sup>*

**M**atkulturen i Norden har genomgått många och stora förändringar under det senaste seklet. Fram till 1900-talet bestod grundpelarna i hushållet av bröd, mjölk, fisk och kött. Översatt till praktiker handlade det om spannmålsodling, djurhållning, fiske och jakt. Mathållningen var säsongsbunden: ibland fanns det färska varor att tillgå, men för det mesta åt man saltad eller torkad mat. Allt var inte bättre förr, men de flesta visste vad de åt. I självhushållet hade säden, potatisen, rovorerna, mjölken, köttet, fisken passerat de egna händerna från sådd till skörd och slakt. Produktionskedjan var kort och vad vi i dag skulle kalla hållbar.

Under senare hälften av 1900-talet följde en accelererande industrialisering, globalisering, produktionsmaximering, processering och raffinering som ledde till att det inte längre var självklart för konsumenten vad hen åt. Den nya maten hade ofta oklart ursprung, lång produktionskedja och konstgjorda tillsatser. I slutet av seklet uppstod en motreaktion genom bland annat Slow Food-rörelsen, och på 2000-talet kom olika rapporter om ”matfusk” som avslöjade att konsumenten

terna ”är grundlurade av de stora livsmedelskedjornas utbud. Rikt på tillsatser men fattigt på råvaror.”<sup>2</sup> Det var dags att lyfta upp råvarorna som matens viktigaste ingredienser – smakrika och lokalt producerade, gärna också ekologiska. Det gjordes både inom *fine dining* av Nordens främsta kockar, men också på gräsrotsnivå genom att direktförsäljning från gårdar och skördemarknader ökade. Framför allt återupptäcktes skogens bär och möjligheten att själv odla mat, rent av på balkongen i stadsförhållanden. Nu blev det viktigt att vara nära jorden igen, ju närmare desto bättre.

Inom etnologin har kosten traditionellt hört till ett av de undersökningsfält som beskriver människans vardag och fest. Kostetnologin fokuserade under första hälften av 1900-talet främst på mattraditioner i anslutning till högtiderna, både årets och livets fester. I traditionsarkivens dokumentation av ”livsföringen” var matkulturen en viktig hörnsten vid sidan av byggnadsskick och hantverk. Dokumentationen av matkulturen omfattade i och för sig en beskrivning av arbetsåret på landsbygden med sådd, skörd, slakt, fiske och alla de arbetsmoment som behövdes för beredningen av råvaran till en hållbar produkt. Livet på landet under självhushållningens tid handlade om att arbeta för födan och för att fylla förråden. Det finns gott om uppteckningar och annan dokumentation som beskriver matproduktionen, men också den faktiska maten via talrika recept på vardagsmat, måltidsordningar och kalasmatornningar. När självhushållningens tid upphörde, dalade också intresset för att dokumentera och forska i mat bland etnologer och folklorister. Industriframställda måltider och färdigmat ansågs ha ringa symboliska betydelser som uttryck för kulturen. Även inom universitetens kursutbud var matantropologin klen representerad fram till 1990-talet. Men kring det senaste sekelskiftet kom maten på nytt alltmer i fokus och framstod plötsligt som en nyckel till att studera samtiden och det moderna livet.<sup>3</sup>

På 2000-talet har intresset för mat fullkomligt exploderat i många olika sammanhang. I Norden, framför allt i Sverige, ges det ut mer än en kokbok dagligen, matprogram sänds på ett tiotal tv-kanaler varje dag. År 2004 samlades tolv nordiska stjärnkockar kring ett manifest sammanfattat i tio punkter som skulle utgöra grunden för ett nytt världskök, det nya nordiska köket. Frontfiguren var danske Claus Meyer som mött sitt livskall i Frankrike, där han hade upplevt en matkultur med sekellånga anor, marknader och mathantverkare. Hemma i Danmark ville han utrota den rådande danska matkulturen som enligt honom helt och hållet byggde på ”varmkorv, frysmat och middagar utan gemenskap”. För att skapa ett nytt världskök var Danmark en för liten arena, men Meyer såg möjligheten att skapa en skandinavisk/nordisk gastronomi vid sidan av starka varumärken som ”skandinavisk design” och ”skandinavisk arkitektur”.<sup>4</sup>

Manifestets målsättning sammanfattar det som vi i dag, på 2010-talet, uppfattar som självklara byggstenar för vad som är ”nordiskt” i fråga om mat. Den första punkten handlar om att det nya nordiska köket ska ”uttrycka den renhet, friskhet, enkelhet och etik som vi gärna vill förbinda med vår region”. Därtill är målet att visa på de olika årstiderna, använda råvaror som är lokalt producerade och särskilt smakliga tack vare klimatet, värna om producenter, se till djurens trivsel och hållbar produktion etc. Den sista punkten i manifestet uppmanar till att ”bjuda in konsumenter, andra mathantverkare, lantbruk, fiskeri, små och stora livsmedelsindustrier, detalj- och mellanhandlare, forskare, undervisare, politiker och myndigheter till ett samarbete om detta gemensamma projekt som ska gagna och vara till glädje för hela Norden”.<sup>5</sup> Tankarna i manifestet var inte alldeles nya, de påminner bland annat om huvudtankarna inom Slow Food-rörelsen, som grundades redan 1989 av italieneren Carlo Petrini. Som en reaktion på snabbmatstrenden lyfte Petrini fram betydelsen av lokala mattraditioner och lokal matproduktion. De

tre hörnspelarna i Slow Food-rörelsens filosofi är att maten bör vara god, ren och rättvis (*good, clean, fair*).<sup>6</sup>

Stjärnkockarna som undertecknade manifestet förverkligade det i gourmetrestauranger av vilka danska Noma, som är en förkortning för nordisk mat, blev den främsta och också utsågs till världens bästa restaurang hela fyra gånger mellan åren 2010 och 2014. Restaurangens grundare var Claus Meyer och René Redzepi.<sup>7</sup> Också den åländske kocken Michael Björklund tecknade under programmet och har förverkligat idéerna i sin restaurang Smakbyn på Åland.<sup>8</sup>

År 2005 gav kockarna över stafettpippen till Nordiska ministerrådet som införde ”Ny nordisk mat” på den politiska agendan. Med Nordiska ministerrådets engagemang togs steget att förverkliga punkt tio i manifestet, det vill säga engagera lokala producenter, livsmedelsindustrin, handeln, undervisning, statliga myndigheter, forskare etc.

Efter gourmetrestauranger stod nu också skolmatsalar och privata kök på agendan när det gällde att fokusera på ”mat tillredd med omsorg och fokus på smak och mångfald, bortglömda sorter och raser, gamla tillagningsmetoder och nya idéer i köket”. Det fanns en politisk agenda att via maten påverka bland annat näringsliv, hälsovård och turism. Mat berör alla medborgare och de flesta samhällsområden på ett eller annat sätt. Det första programmet ”Ny nordisk mat I” pågick åren 2007–2010 och gick i korthet ut på att stöda det lokala, genuina och arbeta för en nordisk matkultur, som också skulle tjäna ett identitetsbygge och göra Norden synlig på nya arenor.<sup>9</sup>

I dag finns en förståelse för nordisk mat i motsvarande bemärkelse som skandinavisk design eller arkitektur. De olika länderna och regionerna har profilerat sig enligt sina särdrag, men smaker, renhet, äkthet, det vilda och naturliga finns som en röd tråd i det som avses med

**”I DAG FINNS EN FÖRSTÅELSE FÖR  
NORDISK MAT I MOTSVARANDE  
BEMÄRKEELSE SOM SKANDINAVISK  
DESIGN ELLER ARKITEKTUR.”**

nordisk mat. Det avspeglar sig också i den visuella kommunikationen, med bär, fisk, natur, hav och skog som bärande symboler för det enkla och rena. I matprogram, tidskrifter, reklamer, broschyrer och pamfletter avbildas natur och miljöer i lika hög grad som mat.

Restaurang Noma i Köpenhamn banade väg för att stort antal restauranger där naturen, traditionen, det rena och äkta är ledstjärnor. Restaurang Maaemo<sup>10</sup> i Oslo, som sedan 2016 har fått tre stjärnor i *Guide Michelin*, poängterar tydligt bandet till natur, jord och arv.<sup>11</sup> Det är den nordiska naturen som står för lyxen och inspirationen.<sup>12</sup> På Nobelbanketten 2016 var temat ”naturlig mat”, vilket Nobelkocken Sayan Isaksson förklarade på följande sätt: ”... vi försöker imitera naturen i fatet. Vi imiterar former från naturen – en gren eller ett löv. Jag tycker om att laga naturlig mat som kretsar kring förstklassiga svenska råvaror.”<sup>13</sup>

I Finland är tankegångarna de samma och i exempelvis Bocuse d’Or, ”världsmästerskapen i matlagning”, kännetecknades det finska bidraget 2017 av ”jordnära” smaker. Finlands representant Eero Vottonen konstaterade följande om sin veganska rätt: ”Utgångspunkten är jordnära smaker med inslag av rovor, rötter och säd av olika slag. Deras smaker vill jag lyfta fram med hjälp av smaker från den finska naturen.” Han beskriver också granskott och karljohansvamp som ärliga, kraftiga och mustiga i smaken.<sup>14</sup> Sveriges representant, Alexander Sjögren, ville i sitt bidrag ”spegla södra Sveriges mångfald och skönhet: böljande kullar, vackra trädgångar och den magnifika skärgården”.<sup>15</sup> Varken Sverige eller Finland placerade sig i täten i tävlingen, men Norge och Island knep andra och tredje plats efter vinnaren USA.

Ytterligare ett exempel hittar vi i restaurang Grön i Helsingfors. När Grön blev utsedd till Finlands bästa restaurang och fick en Michelin-stjärna i början av 2018 gav köksmästaren Toni Kostian följande kommentar: ”Vi lagar finländsk mat på ett skandinaviskt sätt, av finska råvaror [---] Efter förra vintern bestämde vi oss för att lämna bort alla

färska örter, eftersom sådana inte växer i Finland på vintern. I stället har vi samlat gräslöksblommor, kronblad från rosor, kirskaål, svamp och örter från naturen och förvarat dem, vi har torkat och fermenterat.”<sup>16</sup>

Den nordiska mattrend som betonar natur, äkthet, det vilda, det rena och det närproducerade, och som kännetecknat 2000-talet hittills, är alltså fortsättningsvis aktuell. Ytterligare trender har de senaste åren både stärkt och kompletterat detta register. Bland annat har hållbarhetsaspekterna och återvinning av mat blivit angelägna teman inom intresset för det lokala, närproducerade, ekologiska och etiska. Det handlar om en önskan att ta kontroll över vad vi äter på individnivå, delvis utgående från miljöargument om en hållbarare matproduktion i ett nationellt och rent av globalt perspektiv. I Finland växer till exempel REKO-ringarnas antal stadigt på gräsrotsnivå.<sup>17</sup>

All denna fokus på mat återspeglas i vår vardag. Få har möjlighet att äta på restauranger i Michelinklass, men vi ser bilderna, tv-programmen, reportagen, läser kokböckerna och laddar upp egna matbilder på Instagram eller skriver om våra egna materfarenheter i bloggar och andra sociala medier. Också amatörer kan delta i olika tävlingar och utnämnas till *Masterchef*.

Alla dessa infallsvinklar har lett till att det på 2010-talet återigen nästan känns som om det mesta i livet handlar om mat. Det finns hälsoaspekter, miljöaspekter, näringsaspekter, ekonomiska aspekter, sociala aspekter – och mat har blivit allt viktigare inom turism och handel. Mat kan vara kopplat till allt från politik, underhållning och ätstörningar till identitet, pedagogik och passion. Det här återspeglas också inom den akademiska världen. Inom allt fler områden, förutom medicin och näringslära, intresserar forskare sig för matens kulturella aspekter. Sociologer, historiker, psykologer, konsumtionsforskare och pedagoger hittar egna infallsvinklar i forskningen om mat. Men också

etnologerna har återfunnit kostetnologin i ett samtidsperspektiv. Till exempel har den internationella tidskriften *Ethnologia Europaea* ägnat ett helt nummer åt studier av nutida matpraktiker.<sup>18</sup>

### RENÄSSANS FÖR DEN ETNOLOGISKA MATFORSKNINGEN

Under 2000-talet har de stora etnolog- och folkloristkonferenserna i Europa – International Society for Ethnology and Folklore (SIEF) och Nordiska etnolog- och folklorist kongressen (NEFK) – haft minst en, ofta flera paneler som handlat om mat. SIEF sammanför vartannat år etnologer, folklorister och kulturanropologer till konferenser som kan ha närmare tusen deltagare från hela världen. Dessutom sammankommer SIEF:s arbetsgrupp Food Research vartannat år till en mindre konferens, vars föredrag publiceras i en samlingsvolym. Också NEFK, som vart tredje år sammanför nordiska och baltiska forskare, har i regel minst en panel med matforskning som tema vid sina konferenser.

De två inledande artiklarna i denna antologi tar fasta på hur lokala mattraditioner omtolkas och hur historiska råvaror och traditionella maträtter fått ny aktualitet. Ester Bardone följer hur plockandet och konsumerandet av skogsbär har förändrats under 1900-talet i Estland. Under det tidiga 2000-talet har skogsbären genomgått en statusförändring och kopplats till aktuella ideal som lokalitet, naturlighet och hälsa. Dagens estniska matbloggare kombinerar nostalgi för bärplockning och smaken av färska blåbär med innovativa recept som sätter det ”traditionella” bäret i nya kulinariska inramningar. Jón Þór Pétursson diskuterar med exempel från Island hur kulturarvstänkande förändrat relationen mellan livsmedelsproducenter och konsumenter under senare år. I synnerhet har råvarornas kulturella sammanhang och ursprung uppmärksammas på ett nytt sätt där platsens betydelse är central. Att veta ”var maten kommer ifrån”, konstaterar Pétursson, är både meningsskapande och har stor känslomässig laddning.



**”BILSPRÅKET VITTNAR OM IDEAL DÄR  
DET LOKALA, ENKLA, TRADITIONELLA  
– OCH JORDNÄRA – STÅR HÖGT I KURS.”**

Ett utmärkande drag för 2000-talets matkultur är berättelsens stora betydelse. Yrsa Lindqvist och Hanne Pico Larsen tar i sina bidrag upp två olika aspekter av denna trend. De visuella presentationerna av råvaror och maträtter har kommit att bli ett väsentligt sätt att uppleva mat på, noterar Lindqvist. Bilder på råvaror och maträtter får inte bara allt större utrymme i kokböcker, utan även i sociala medier och marknadsföring. Bildspråket vittnar om ideal där det lokala, enkla, traditionella – och jordnära – står högt i kurs. I dagens nordiska gourmetkök är ingrediensernas ursprung en del av presentationen. Larsen visar hur trenden med vildplockad mat dramatiseras i kändiskockars menyer och hur berättandet kring mat involverar många aktörer, bland dem viltplockare, råvaruproducenter, kokkar, konsumenter och matkritiker. Den danska succérestaurangen Noma, som länge var flaggskeppet för det nya nordiska gourmetköket, briljerade med att ta in den nordiska naturen och återberätta den i matkreationer, design och atmosfär. De tre avslutande artiklarna behandlar olika offentliga arenor för matkultur.

Anna Burstedt analyserar en mycket specifik genre av matnarration, nämligen matguider och matkritik gällande lyxrestauranger och *fine dining*. Burstedt visar hur smakguiderna framställer kulturell distinktion, men att de även ingår i ett nätverk av matdiskurser som finns bland annat i bloggar, kokböcker, mattidningar, webbforum och tv-program. Hon konstaterar att en tydlig trend i vad som presenteras som ”god smak” i matkritiken under 2010-talet är en betoning av det lokala och det nordiska – många rätter som tidigare hade låg status har upphöjts till *haute cuisine* via kreativ användning av lokala ingredienser – det jordnära är plötsligt helt rätt.

Festivaler har blivit en del av den europeiska vardagen, konstaterar Connie Reksten i sin analys av Bergen Matfestival i Norge. Matfestiva-

len i Bergen är i första hand en festival för regional och lokal mat, där sinnena står i fokus via ett överflöd av visuella matintryck, dofter och lukter – och framför allt smaker. Det finns en förväntan på att lokal mat ska smaka annorlunda, vara något som skiljer en viss plats från en annan. I sin etnografiska vandring genom festivalen lyfter Reksten fram att en region tycks bli en meningsfull enhet just genom att den görs ”ätbar”. Det lokala är avgörande också för Skördefesten på Åland. Mycket av framgången med den populära skördefesten tycks ligga i dess jordnära och folkliga format, noterar Susanne Österlund-Pöttsch. Skördefesten tilltalar en bred målgrupp, både äldre och yngre, både inbitna entusiaster av närproducerad mat och de som gärna ägnar en eftermiddag åt vardagsturism med lokala ingredienser som tema.

Artiklarna i denna antologi gör alltså nedslag i olika aspekter av det jordnära inom denna övergripande trend, utan anspråk på att täcka allting. Mat är ett ändlöst stort tema. Gemensamt för oss skribenter är att vi använt oss av etnografiska metoder, vi har intervjuat och samtalat med producenter, vildmatsplockare och konsumenter, gjort deltagande observation på skördefester, matmarknader och lyxrestauranger. Vi har studerat kokböcker och visuella uttryck, undersökt vad som hänt i historien och vad som bevarats i arkiven, men för det mesta hållit fokus på samtiden. *Jordnära* är en dokumentation av en pågående trend med en öppen framtid.

## NOTER

- 1 "Was der Bauer nicht kennt, das frisst er nicht. Würde der Städter kennen, was er frisst, er würde umgehend Bauer werden." Olivier Hassenkamp, tysk skådespelare och författare (1921–1988). Faaß 1999.
- 2 Citatet kommer från bakpärmen till Mats-Eric Nilssons bok *Äkta vara. Guiden till oförfalskad mat* (2009). Tidigare utkom han med *Den hemlige kocken. Det okända fusket med maten på din tallrik* (2007) som likaså "systematiskt [klär] av matindustrin in på bara kroppen".
- 3 Jfr Klein & Watson 2017.
- 4 Ising 2014.
- 5 "Manifestet för Ny nordisk mat" 2004, <http://www.norden.org/sv>.
- 6 "Our philosophy", på Slow Food-rörelsens webbplats, <http://www.slowfood.com>. Se även Pétersson i denna bok.
- 7 "Noma (restaurant)", Wikipedia. The Free Encyclopedia, [https://en.wikipedia.org/wiki/Noma\\_\(restaurant\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Noma_(restaurant)). Se även Larsen i denna bok.
- 8 "Om oss", på Smakbyns webbplats, <http://smakbyn.ax>.
- 9 "Århus-deklarationen om ny nordisk mad" (2005, Nordiska ministerrådet).
- 10 Maaemo är finska och kan i det närmaste översättas som "moder jord".
- 11 Tre nordiska restauranger erhöll tre stjärnor i Guide Michelin 2018: Geranium i Köpenhamn, Maaemo i Oslo och Frantzén i Stockholm. Bland de enstjärniga restaurangerna på listan finns Jordnær i Köpenhamn och Agrikultur i Stockholm, som också de redan i sina namn antyder kopplingen till jord.
- 12 Maaemos webbplats, <http://maaemo.no/>.
- 13 Johansson 2016.
- 14 von Wendt 2017.
- 15 Alexander Sjögrens uttalande på Gastronomi Sveriges Facebook-sida 25.1.2017, <https://www.facebook.com/GastronomiSverige/?fref=ts>.
- 16 Miettinen 2018.
- 17 REKO står för Rejal konsumtion (fi. Reilua kuluttamista) och är en avtalsmodell för handel mellan en grupp producenter och en grupp konsumenter som fått stor popularitet i Finland. Modellen kommer från Frankrike.
- 18 Jönsson, Håkan (ed.) 2013, *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology*. Special Issue: Foodways Redux 43, nr 2.

*Ester Bardone*

# Nostalgi smakar blåbär

*Minnen av skogsbär i estnisk matkultur*

I den estniska kokboken *Estonian Gourmet Cookbook* (2006) beskrivs vilda bär som ett viktigt inslag i såväl traditionell lantlig mat som modern kost:

*På sommaren blir Estland ett gastronomiskt paradiset med bär i långa rader som växer i trädgårdar och skogar. [– – –] Estniska mattraditioner innehåller mycket från skogens skafferier: bär och svamp; kött från vilda djur och fåglar; [– – –] hjortron, tranbär, lingon och blåbär är samtliga skogsbär som används både i de finaste cordon bleu-köken och inom naturmedicinen.<sup>1</sup>*

Citatet sammanfattar ett flertal förtjänster som tillskrivs mat av bra kvalitet och visar att livsmedel från naturen kan få nya innebörder på den moderna kulinariska scenen, där vild mat och eleganta smakkombinationer värderas högt av såväl kockar som matfantaster. Samtidigt lovordas betydelsen av traditioner och regionala smaker som gör att vår samtida urbaniserade matkultur blir mer autentisk och lokal.

Om vi synar exemplet Estland ur ett bredare perspektiv när det gäller kosten, kan vi få förståelse för att studier av användningen av mat från naturen ger ledtrådar till människors attityder och värderingar gällande vilt växande föda och naturen överlag. Vi får också insikter i synen på icke odlad mat och inhemskt producerade livsmedel.<sup>2</sup> Vilda födoresurser har växlande status på dagens globala kulinariska scen, på en skala från armod till lyx.<sup>3</sup> Mat spelar en viktig roll som social statusmarkör. Genom att utforska de skiftande uppfattningarna om vissa livsmedel, exempelvis vilda bär, kan man sätta fingret på ett flertal värderingar relaterade till produktion och konsumtion av mat, och på vad som traditionellt har bedömts vara näringsrikt, välsmakande eller lämpligt att äta.<sup>4</sup> Naturen, som i sig spelar en viktig roll för de identitetsskapande processerna i Nordeuropa, har alltmer införlivats med den kulinariska självbilden, och vild mat är ett av de bästa sätten att åskådliggöra detta samband.<sup>5</sup>

Vild mat har blivit en markör för ”riktig mat” i vårt urbaniserade samhälle, där det mesta av det vi äter är massproducerat. Den uppfattas som ”jordnära” både för att den kommer direkt ur jorden och för att den är enkel och ärlig föda. På den internationella gastronomiska scenen är vild mat i dag på modet och anses vara bland det mest äkta när massproduktion och konsumtion diskuteras. Kockar från lyxrestauranger i Europa har återupptäckt traditionella vilt växande grödor och utforskar som bäst den kulinariska potentialen hos mat direkt från naturen.<sup>6</sup> Egenskaper som *lokal, säsongsbunden, naturlig, ekologisk, ren, enkel och hälsosam* har börjat anses mycket värdefulla i *fine dining*-kretsar och även bland pålästa matkonsumenter. Vilda bär har alla dessa kvaliteter och kan även av kockar användas på kreativa sätt, genom att uppfinna nya traditioner och skapa lekfulla nostalgiska associationer.<sup>7</sup> När de vildväxande bärens nostalgiska värde kommersialiseras, och dessa även

rankas som ytterst värdefulla ingredienser inom *haute cuisine*, uppstår två nytillkomna trender som kännetecknar inte bara estnisk matkultur utan är en del av en vidare kulinarisk utveckling, i synnerhet i de nordiska länderna.

I denna artikel utforskar jag den estniska befolkningens minnen av vildväxande bär. Jag tar avstamp i det förmoderna bondesamhället och avancerar i moderniseringsförloppet vidare i den estniska republiken och åren under sovjetiskt styre, fram till det postsovjetiska Estland och den nuvarande marknadsekonomin. Mitt syfte är att analysera de huvudsakliga förändringarna vad gäller att äta och förhålla sig till vilda bär genom att beakta både sociala och med mat förknippade värden under de granskade tidsperioderna.

#### ARKIVMINNEN, BERÄTTELSE FRÅN MATBLOGGAR OCH KULINARISK LITTERATUR

David E. Sutton påminner oss om att minnesprocesser har sin upprinnelse i en interaktion mellan förgången tid och nutid, och att *formerna* av minnen och hur de skapas i en kulturell kontext har lika stor betydelse som själva minnesstoffet.<sup>8</sup> Min fokusering på personliga matberättelser från olika tider gör det möjligt att utforska de vilda bärens föränderliga symboliska värde i en vardaglig matkultur och även mer allmänna förändringar av normer i samhället när det gäller mat. Individuella skildringar är särskilt värdefulla när man vill få fram mer detaljerade berättelser och väcka särskilda minnen och erfarenheter från konsumtion av bär i vardagen. Jag har valt två typer av källor: den första är svar från informanter i ett etnografiskt arkiv och den andra är nya berättelser i matbloggar med hägkomster av att plocka och äta vildväxande bär, vilket belyser dynamiken mellan individuella minnesbilder och det kollektiva minnet.

De historiska etnografiska källorna består av svar på tematiska frågelistor i meddelararkivet i Estlands nationalmuseum, en institution som sedan 1909 har samlat in och (re)konstruerat Estlands nationella kulturminnen. Ett nationellt nätverk av återkommande meddelare grundades 1931 baserat på frågelistmodeller från Skandinavien och modifierade för lokala förhållanden.<sup>9</sup> Meddelarna uppmanades att svara så exakt som möjligt på de tematiska frågeformulären och man intervjuade dessutom äldre invånare i regionen.<sup>10</sup> Meddelarnas hågkomster innehåller inte bara individuella minnen, utan speglar även ett kollektivt minne genom det institutionella intresset och forskningsrelaterade frågor som handlade om vad och hur stoffet har ihågkommit.<sup>11</sup> Jag har valt ut svar från fem frågelistor mellan 1937 och 2004<sup>12</sup> som innehåller frågor om att plocka eller äta bär. Dessa minnen omfattar olika perioder i både Estlands och etnologins historia – de tidigaste hågkomsterna dateras till 1800-talets sista decennier med fokus på traditionell lantlig mathushållning, och de senaste härstammar från 2000-talet och ger information om insamlandet av mat i dag och om matvanor. Arkivkällor ger belägg för förändringar i den estniska matkulturen och låter oss utforska de olika värden och innebörder som människor har tillskrivit vilda bär inom inhemsk mathushållning under olika perioder. De hjälper oss även att studera fortlöpande sammanhang och förändringar i Estlands kulturminnen.<sup>13</sup>

För att inkludera nyare tankar om hur den yngre generationen använder vilda bär, har jag letat upp matbloggar med individuella berättelser om mat och matupplevelser. När det gäller skrivelser om mat är matbloggar en genre som blommat upp i Estland och även runt om i världen under det senaste decenniet. Bloggarna hänför sig till demokratiseringen av kulinariska samtal likväl som till den ökade ”gourmandiseringen” av matupplevelser i vardagen.<sup>14</sup> Som Lucy M. Long har obser-

verat, fungerar matbloggar som individuella minnesverktyg. De hjälper till att skapa meningsfulla berättelser om våra dagliga upplevelser och gör det möjligt för såväl författarna som användarna att blicka tillbaka på vad man har gjort och känt i det förgångna.<sup>15</sup> Förutom att bloggen delger personliga värderingar, speglar berättelserna även bloggarens kulturella värderingar. De bloggar som jag valt är berättelser som är tillgängliga för alla. De är illustrerade med fotografier och författade av hemmakockar och matfantaster utan kommersiella syften, och handlar huvudsakligen om kulinariska upplevelser i hemmiljö. Kännetecknande för inläggen i de matbloggar som handlade om bär var det genomgående motivet *nostalgi*. Det gjorde det möjligt för mig att utveckla temat och att dra paralleller till frågelistsvararnas minnesbilder, som presenteras i artikelns andra del.

Den kulturella bakgrunden till personligt uttryckta tankar om näringsvärdet och det kulturella värdet hos vilda bär får sin förklaring om man analyserar produktionen och konsumtionen av mat i en bredare kontext. För att utreda dynamiken mellan hur vilda bär i den estniska kosthållningen uppfattas dels på ett personligt plan, dels rent allmänt, har jag inkluderat några exempel på litteratur som behandlats i frågelistsvararnas hågkomster eller i matbloggar. Denna litteratur omfattar kokböcker, handböcker och tidskrifter som informerar om varför vilda bär är goda och hur de kan tillagas. Texterna, som är dokument över näringsmässig och kulinarisk historia, ingår i det för allmänheten tillgängliga kulturminnet som speglar både näringsrelaterade och sociokulturella ideal under den aktuella tidsperioden.<sup>16</sup>

**”FÖRUTOM ATT BLOGGEN DELGER  
PERSONLIGA VÄRDERINGAR, SPEGLAR  
BERÄTTELSENA ÄVEN BLOGGARENS  
KULTURELLA VÄRDERINGAR.”**



## TIDIGA HÅGKOMSTER: FRÅN TILLTUGG TILL DESSERTER PÅ BONDENS BORD

Vid en betraktelse av tidiga etnografiska frågelistor och meddelarnas svar från 1937 och 1947, framkommer två typer av hågkomster om vilda bär: de som handlar om den roll vilda bär spelade i bondesamhällets mathushållning och de som beskriver traditioner kring plockandet. Nuförtiden uppfattar vi knappast bär i skogen som privat egendom och bärplockning som en aktivitet relaterad till social status. Tidiga hågkomster från frågelistsvararna och deras informanter går tillbaka till 1800-talets sista decennier, när guvernementet Estland (1721–1917) var en del av det ryska imperiet och den balttyska adeln åtnjöt social och ekonomisk autonomi. Den balttyska aristokratin ägde markerna och herrgårdarna var centrala ekonomiska enheter som kontrollerade bärplockningen av olika ekonomiska skäl. Följaktligen mindes många som svarade den begränsade tillgången till bär och kravet på en symbolisk betalning för rätten att plocka dem. Skogvaktarna (av estniskt ursprung) uppfattades som de värsta fienderna till de plockande bönderna. Det finns omnämmanden om att skogvaktare (av estniskt ursprung) handgripligen gett sig på bärplockare för att demonstrera sin makt. Vilda bär sågs som en ekonomisk resurs, och de negativa upplevelserna hos estniska bönder härrörde från attityderna hos vissa landägare och skogsförvaltare.

Människornas sociala status avgjorde inställningen till såväl att plocka som att äta bär. Aristokratin och medelklassen och även förmodligen jordbrukare uppskattade smaken av vilda bär, men bärplockning var inte en lämplig syssla för dem. Den hade låg status och betraktades som ett arbete för fattigare familjer (t.ex. backstugusittare, frigivna liv-egna) som skaffade sig en extra inkomst genom att sälja bär. Det är först i senare hågkomster från 1920- och 1930-talen som estniska stadsbor

representerar en ny grupp av bärplockare som plockade antingen för att förtjäna extra eller som ett rent nöje.

För Estlands landsbygdsbefolkning hade vilda bär lägre status som livsmedel än jordbruksprodukter, som traditionellt ansågs vara mer värdefulla. Lantbrukare har berättat att de hade begränsad tid för bärplockning, eftersom den vilda skörden mognade samtidigt som viktigare sysslor måste tas om hand på gården under sommar och höst. En lantarbetare (m, f. 1921) påpekade att blåbär och hjortron var mogna att plockas när höskörden skulle bärgas, att lingonen mognade samtidigt som havren, blåbären när rågen skulle bärgas och att tranbärens mognad sammanföll med potatisupptagningen.<sup>17</sup> Barn och äldre människor (i första hand kvinnor) uppgavs vara de huvudsakliga bärplockarna, eftersom de inte var engagerade i lantbruksarbete på heltid.<sup>18</sup> Allmänhetens kunskap om näringsvärdet hos bär, som det informerades om i samtida litteratur, var fortfarande ringa, men inom folkmedicinen spelade bär en viktig roll som botemedel vid olika problem med hälsan. För män som arbetade på gården ansågs bär inte som substantiell föda och uppfattades följaktligen i första hand som ett säsongsbetonat mellanmål för kvinnor och barn.

Den unika smaken av vilda bär – som nuförtiden skattas högt – har i hågkomster från förr inget egenvärde. Orsaken kan emellertid delvis tillskrivas det som frågelistorna fokuserade på och att informanterna förväntades beskriva ett kollektivt minne snarare än personliga erinringar. Sådana har man återfunnit i dagböcker om etnografiska fältstudier med beskrivningar av hågkomster från äldre informanter. Så här återberättar en bondhustru (f. 1865) ett livfullt minne från sin barndom för en forskare:



Bärplockare i en skog nära byn Vasknarva  
i nordöstra Estland 1929.

*Rensade smultron lades i en skål och värdinnan hällde söt mjölk över. Var och en försåg sig med en sked från bärskaalen. Smultronen smakade ljuvligt och när lite socker eller honung blandades i mjölken var det en verklig delikatess.<sup>19</sup>*

Det var alltså inte så att folket på gården inte gillade vilda frukter och bär – kravet på att arbeta och de tuffa omständigheterna gjorde att bär sällan förekom på bondens bord.

Hur man åt vildväxande och odlade frukter var beroende av social status. Enligt minnesbilder hade högre sociala klasser fler möjligheter att utnyttja och bättre kunskap om tillagningen av vildväxande och i

En kvinna som säljer bär på Nya torget i Tallinn på 1920-talet.



synnerhet odlade bär. I bondehushållen var detta sällsynt vid sekel-skiftet 1900.<sup>20</sup> En svensk reservofficer som var gift med Benita von Wrangell, ägare till Tohisoo herrgård,<sup>21</sup> har samlat sina kulinariska minnen från sent 1920-tal:

*Och så efterrätten? Jag kunde ju ta till något som verkade originellare, men när man får de läckraste skogssmultron för trettio öre litern, så varför inte? Har man inte direkt magkatarr eller lider av idiosynkrasi mot smultron, så finns det väl knappast något ljuvligare än dessa. Men jag lägger dem genast i skålen under ett tjockt lager socker.*<sup>22</sup>

Den begränsade tillgången till det dyra sockret bidrog till att begränsa vilka bärsorter som plockades till hushållen fram till början av 1900-talet. De estniska bönderna föredrog på samma sätt som sina gelikar i de nordiska länderna blåbär, lingon och tranbär som innehåller organiska syror och därför kan läggas in utan socker.<sup>23</sup> Böndernas bistra levnadsvillkor styrde i mångt och mycket deras födointag och matlagningssvanor, och deras livssituation började inte förbättras förrän från och med 1860-talet jämsides med moderniseringsprocessen. Då introducerades kommersiella och finansiella relationer i lantbruket, små näringsidkare började utgöra något av en egen klass och allmogen frigjorde sig successivt.<sup>24</sup>

Men de svåra levnadsvillkoren var förmodligen inte den enda orsaken till begränsad bärkonsumtion – man saknade även kulinarisk kunskap och insikter om näringsvärdet. Från och med 1880-talet började information om livsmedel spridas bland landsbygdsbefolkningen via estniska tidningar, tidskrifter och handböcker som gav agrikulturella och hortikulturella råd jämsides med råd om matlagning och hushålls-ekonomi.<sup>25</sup> I inledningen till boken *Kodumaa marjad* (1898, ”Inhemsk bär”) skriver den förste Estlandsfödde pomologen, Jaan Spuhl-Rotalia:

”På estniska gårdar förstår man trots svåra ekonomiska villkor inte att värdesätta och konsumera alla vildväxande bär som ett komplement till maten.”<sup>26</sup> Författaren ger detaljerad information om olika metoder för att tillaga och konservera vilda samt odlade frukter och bär utgående från metoder och tekniker som var tillgängliga vid denna tid.

Mer varierade rätter med frukt och bär blev vanligare vid sekelskiftet parallellt med moderniseringens tidiga stadier. Kurser i hushållsekonomi, jordbruk och hortikultur anordnades av ett flertal agrikulturella sällskap och genom privata initiativ. Jordreformen 1919 gjorde att antalet jordägare som anlade fruktträdgårdar ökade. Liksom i Skandinavien spelade kvinnoföreningar på landsbygden en viktig roll för att öka kunskapen om matlagning och kost bland estniska bondhustrur. De bidrog också till att matlagningskurser och hushållsskolor startades i byarna.<sup>27</sup> Under 1900-talets första decennier blev fruktodling allt vanligare. Orsaken var att den ekonomiska situationen på gårdarna förbättrades och att estniska jordbrukare nu fick större insikter, möjligheter och även mer tid efter det nödvändiga arbetet på åkrarna och djurskötseln.<sup>28</sup> Behovet av att samla in bär i skogen blev mindre viktigt. En jordbrukare (m, f. 1877) kom ihåg övergången till mer frukt och bär i böndernas kost under 1920- och 1930-talen som en period då olika rätter med bär blev vanliga:

*Smultron och blåbär åts när de mognade, tillsammans med mjölk. Andra bär, som hallon, stenbär,<sup>29</sup> odlade bär som krusbär samt svarta och röda vinbär, åts som sådana. Inga efterrätter eller viner gjordes av dessa bär när de hade mognat [– –] Socker var dyrt förut [– –] Bären var helt enkelt sötsaker, på samma sätt som äpplen. Rönnbär plockades hem till vintern och om de blivit frostnupna var de söta. Också tranbär åts som sådana under vintern, senare användes de och andra bär i olika slags desserter, som bärkräm [kissell], kompott, sylt, marmelad, vin och annat.<sup>30</sup>*



En konserveringskurs i Viljandi på 1930-talet.

Under 1920- och 1930-talen utgavs ett flertal kokböcker och guider som betonade vikten av näringsinformation, hälsosam kost som följde årstidernas växlingar och även den goda smaken. Frukt, inklusive vildväxande bär, lyftes fram som hälsosam mat innehållande ett flertal mineraler och vitaminer.<sup>31</sup> Fruktdesserter förblev dock högtidsmat och uppfattades inte som en del av den dagliga kosten.

I tidiga hågkomster sågs inget samband mellan nostalgiska känslor och insamlandet av frukt och bär; de var snarare förbundna med fattigdom och ett tvingande behov att komplettera kosten. I frågelistsvararnas hågkomster rankades jordbruksproducerad mat och arbetet på gården högre än att samla från naturens skafferier. Trots det hade vilda bär ett flertal symboliska innebörder och värden relaterade till den sociala statusen hos konsumenterna. Även om vilda bär äts av både rika och fattiga hade de förstnämnda fler möjligheter att variera kosten, rätter av bär medräknade. Tack vare pågående modernisering och bättre livsvillkor fick också estniska invånare på landsbygden råd att köpa socker, variera sin kosthållning, utveckla sin kulinariska kunskap och börja konservera och äta bär på olika sätt.

#### **MINNEN FRÅN SOVJETTIDEN: EGENPRODUCERAD MAT OCH HEMKONSERVERING VIKTIG**

I efterdyningarna av andra världskriget, när Estland blev en del av Sovjetunionen, kom den ekonomiska utvecklingen inom landet samt matkulturen att se helt annorlunda ut än i de nordiska grannländerna. Från och med 1947 slog kollektiviseringen av jordbruket sönder de traditionella familjesystemen inom jordbruket, och jordbrukskollektiv – kolchoser och sovchoser – inrättades. Den dramatiska politiska splittringen, som påverkade livet för ett flertal av informanterna, pågick parallellt med det privata vardagslivet. I vardagen var förändringarna i matkulturen i jämförelse med tiden före kriget mindre påfallande, utom gällande den allmänna bristen under senare delen av 1940-talet och tidigt 1950-tal. Hågkomster från sovjetiska kostvanor insamlades under den senare perioden med sovjetiskt styre (1983) och i Estland efter Sovjet (2002, 2004). Informanternas minnen blev nu alltmer personligt präglade och har sedan 2000-talet utvecklats till snarast empiriska



biografiska berättelser.<sup>32</sup> Denna förändring i minneskulturen speglas genom ett skifte i Estlands etnologi från ”folkminnen” till ett intresse för personliga redogörelser.

Liksom i andra republiker inom Sovjetunionen rådde i det sovjetiska Estland brist på ett antal matvaror. Fram till 1960-talet förblev livet på landsbygden förhållandevis rudimentärt.<sup>33</sup> Elementära moderna lösningar för teknik i köket fanns i bara begränsad skala och hushållen fortsatte att vara viktiga enheter inom matproduktion. För personliga behov måste esterna fortsätta att lita på sina egna förmågor och sitt eget arbete, eftersom matvaruaffärerna var illa försedda, hade ett begränsat och torftigt utbud och produkternas kvalitet överlag var dålig.<sup>34</sup> Liksom i andra länder inom östblocket praktiserade man en parallell ekonomi med privata jordlotter,<sup>35</sup> man hämtade mat från naturen och upprättade inofficiella kostnätverk.<sup>36</sup>

Frågelistsvararna drog sig till minnes att de ekonomiska omständigheter som rådde inom jordbruket före kriget också kom att bli nödvändiga för individens överlevnad när bristekonomi rådde under Sovjettiden.<sup>37</sup> Exempelvis mindes en bibliotekarie (k, f. 1921) hur man samlade in mat i naturen, och jämförde detta med vikten av egenhändigt producerad mat:

*Jag gillar framför allt svamp och vilda bär; de borde få större betydelse som mat i familjer. Tidsbrist hindrar oss från att plocka mer. Eftersom egna trädgårdar blivit allt viktigare minskar plockandet av gåvorna från naturens skafferier hela tiden. Den som inte har en egen trädgård, förlitar sig i högre grad på naturen.<sup>38</sup>*

All den tid och energi som satsades på individuell matproduktion fick som följd att många informanter tillskrev agrikulturella och hortikulturella produkter större värde än vilda bär, som kom att konsumeras

mindre jämfört med det man odlade i trädgården.<sup>39</sup> Trädgårdsbären värderades högre av respondenterna eftersom de var lättare åtkomliga, medan produkter från skogen uppskattades på grund av sin unika smak. Bärplockning för privat bruk var i hågkomsterna en fritidssyssla, inte minst bland den växande urbana populationen. Ester (med olika social bakgrund) som hade fritidshus eller stugor på landet, rapporte-

En mor plockar smultron med sina barn på 1950-talet.





Barn som kyler ner bärkräm (*kissell*) i snön. Fotografi från 1950-talet.

rade att det under Sovjettiden i första hand var nödvändigt att plocka vilda bär.<sup>40</sup> Många stadsbor sade sig förlägga semestern till tiden då bär kunde plockas, och tillbringade ledigheten med att samla och konservera inför vintern.<sup>41</sup> Emellertid framstår bärplockning i minnen från den senare delen av Sovjettiden (mellan 1960- och 1980-talen) bland människor i städerna också som en fritidsaktivitet. En pensionerad lärare (m, f. 1929) minns: ”I viss utsträckning var det även ett tidsfördriv för familjen och fördelen var att man rörde sig ute i friska luften.”<sup>42</sup> En arbetare (k, f. 1931) uppfattade bärplockning som ett privat nöje: ”Jag gillar skogen och mår bra där, särskilt när jag är ensam. Som barn brukade jag ofta gå ut i statens skogar för att valla djur.”<sup>43</sup>

Frågelistan från 2002 handlade om vilda och odlade frukter och bär. Den innehöll ett stort antal frågor om konservering och konsumtion

av inläggningar. Hågkomsterna var därför inriktade på detta, men man beskrev även konsumtionen av vilda bär. Liksom andra respondenter ansåg en pensionerad bibliotekschef (k, f. 1945) att traditionen med konservering under den sovjetiska bristekonomin var en fortsättning på det självhushåll som praktiserades i estniska republiken före kriget, även om detta inte var så vanligt under 1930-talet:

*På landsbygden var det som en hågkomst från tiden med jordbruk självklart att varje gård skulle göra sina egna inläggningar. Under 1950-talet var det exempelvis otänkbart att de som bodde på landet skulle köpa dessa produkter i butiken. Denna sedvänja dröjde kvar under en lång tid. Senare insåg man att hemgjorda inläggningar var billigare och också godare.<sup>44</sup>*

Mellan 1960- och 1980-talen skedde en frammarsch för hemkonservering i hela östblocket tack vare bättre tekniska lösningar, och olika slags konserver på frukt och bär utgjorde en ansevärd del av vardagsmaten.<sup>45</sup> Medan man i väst redan under 1960-talet bekymrat diskuterade hur ”negativ nutrition” hängde ihop med fetma och andra sjukdomar,<sup>46</sup> resonerade allmänheten i Sovjet om det förträffliga med frukt och bär som en del av en rationellt anpassad kost.

Sovjetiska kokböcker vidgick inte tydligt bristekonomin, men folket rekommenderades att konservera hemma för att dra nytta av produkterna. Man propagerade för hemkonservering i handböcker, tidningar, tidskrifter och på tv. Sovjet-Estlands bibel för hemmakockar, *Hoidised* (”Inläggningar”) som utkom 1959 och efter det i ett flertal nytryck, gav detaljerad information om näringsfrågor och konservering i hemmen och föreslog de bästa sätten att ta vara på olika frukter och bär. Under 1970-talet rekommenderar författaren till *Hoidised* kompotter som det bästa sättet att bevara näringsvärde, färg och smak av frukt och bär.<sup>47</sup> En före detta bibliotekarie (k, f. 1937) drog sig till minnes att när det

gällde hemkonservering gjorde hennes familj ”mer kompotter än sylt. I princip av samma bär, men vi tyckte hjortronkompott var godast. Ett år kokade jag 76 liter hjortronkompott. När jag berättade detta på jobbet trodde man att jag ljög.”<sup>48</sup> Konservering var alltså inte bara en arbetsam syssla utan en årligen återkommande familjeritual och ett slags kreativt uttryckssätt, som även innehöll vissa tävlingsinslag och var en statusmarkör för duktiga hemmakockar som försåg familjen med mat. Hemkonservering hade både kulturella och privata förtjänster; på samma sätt som att ta vara på frukt och bär gav inläggningen en möjlighet till att umgås med familjen, att skapa kontinuitet mellan generationer, ett sätt att kommunicera och slutligen ett sätt för självförverkligande.<sup>49</sup>

Anledningarna till att man i så hög grad konserverade hemma berodde även på att möjligheter för djupfrysning saknades i sovjetisk-estniska hem – kylskåp med ett frysfack blev tillgängliga först från mitten av 1970-talet.<sup>50</sup> Följaktligen skiljde sig esternas sätt att tillvarata bär avsevärt från tekniken i Västeuropa, där djupfrysning varit vanlig alltsedan 1960-talet.<sup>51</sup> Från och med sent 1980-tal började näringsfrågor debatteras och man gjorde gällande att djupfrysning var det bästa sättet att bevara näringsvärdet, framför allt vitaminer, i bär.<sup>52</sup> Men frysfacken var små och först på 1990-talet blev infrysning av bär vanligt när större frysfack eller särskilda frysar blev tillgängliga. Då övergick den yngre generationen från syltkokning till djupfrysning, vilket sparade både tid och socker samtidigt som vitaminer och näringsämnen bevarades.

Sammanfattningsvis kan man i ett flertal hägkomster beträffande konserveringskulturen under socialismens glansdagar (från 1960- till 1980-talet) se en fortsättning på bondebefolkningens mattraditioner och synsätt. Många respondenter uttryckte en ”restorativ nostalgi”<sup>53</sup> gällande tiden före kriget. De respondenter som växte upp under

Sovjetperioden uppfattade den parallella ekonomin som ett normaltillstånd och konservering som en del av familjens aktiviteter under sommar och vinter. Det var något man i ett post-sovjetiskt perspektiv såg tillbaka på med stolthet. Intressant nog förknippades inte bärplockning med nostalgi för bondelivet i allmänhet: att plocka bär sågs som en aktivitet bland andra då det gällde självförsörjning. Familjetraditioner och individuella värderingar rankades högt i många minnen som handlar om bär. Bärplockning beskrevs som en fritidsaktivitet och en strävan efter personlig lycka – inte som arbete. Vilda håvor hade fortfarande lägre status än hemgjord mat, men samtidigt som invånarna i städerna blev allt fler, ökade antalet människor som hade tid och lust att förse sig med vilda bär.

**”DE RESPONDENTER SOM VÄXTE UPP UNDER SOVJETPERIODEN UPPFATTADE DEN PARALLELLA EKONOMIN SOM ETT NORMALTILLSTÅND OCH KONSERVERING SOM EN DEL AV FAMILJENS AKTIVITETER UNDER SOMMAR OCH VINTER.”**

#### **NYTILLKOMNA MINNEN: NOSTALGI OCH GASTRONOMISKA INNOVATIONER**

1990-talets omdaning efter Sovjettiden, då republiken Estland gick in i marknadsekonomi, innebar en ny syn på hemkonservering och en skiljelinje drogs mellan olika generationer. De personer som var födda mellan 1920- och 1940-talen såg i sina hågkomster självförsörjningen under Sovjettiden som en kulturell fortsättning på det tidigare bondelivet och uppfattade det som normalt vardagsliv. För den yngre generationen (födda mellan 1920- och 1940-talen) var arvet från Sovjet någonting negativt som man ville glömma.<sup>54</sup> Efter det sovjetiska styret ersattes en tidigare homogen livsföring med mer mångskiftande konsumtionsmönster jämsides med en stratifiering av livsstilar, särskilt från tidigt 2000-tal.<sup>55</sup>

Under 2000-talet baserar sig konsumtionen av mat ofta på valet av livsstil, som i sin tur relaterar till social status och smak. Men det handlar också om etiska val som framhäver det lokala, ekologiska och hälsosamma. I dag bor majoriteten av esterna i stadsmiljö och deras kontakt med naturen och möjligheterna att söka föda i det gröna har förändrats avsevärt. Det är emellertid möjligt att en yngre generation av matbloggare, med barndomsminnen från bärplockning, återupptäcker denna trevliga syssla när de bildar egna familjer och funderar över vad de ska laga för mat till sina barn. Att vara en medveten matkonsument innebär att man är insatt i frågor som gäller kost och nutrition.

Vilda bär har varierande innebörder för olika generationer och under olika tidpunkter i en människas liv. Förändringar i hur respondenterna kommer ihåg och uppskattar bär blir särskilt intressanta vid en jämförelse av minnesbilder från äldre respondenter (födda mellan 1920- och 1940-talen) och matbloggare som tillhör den yngre generationen (födda under 1970- och 1980-talen). Den äldre generationen framhöll hur teknologiska förändringar samt övergången till kapitalistisk marknadsekonomi förändrade attityderna till att plocka och konservera såväl vilda som odlade bär. Blogginlägg från 2000-talet indikerar å andra sidan att det tidiga avståndstagandet från sovjetiska matvanor efter Sovjettiden nu har övergivits och ersatts med en mer kritisk och eftertänksam attityd till konsumtionen av mat. Dessa synsätt sätter sin prägel också på kokböcker, exempelvis som nedanstående inledande reflektioner i *Metsa maitised* (2009, ”Smaker från skogen”):

*Skogen är underbar och avkopplande under alla årstider. [– – –] Att vara i skogen har jag haft i blodet alltsedan jag var barn. Utflykterna från mormors och morfars gård lever kvar i mina minnen. [– – –] Senare har tiden jag tillbringar i skogen och mitt sällskap blivit viktigare än själva*

bären. [- - -] I dag kan allt köpas i butiken. Men det kan på inget sätt jämföras med färska bär som man själv plockar i skogen eller med det man upplever då.<sup>56</sup>

Skribenten lovordar nöjet att plocka bären själv och framhåller familjen och emotionella värden relaterade till plockandet i jämförelse med passiv matkonsumtion som okritiskt följer urvalet på stormarknaden. En matbloggare uttrycker dessutom ett slags ”eftertänksam nostalgi”<sup>57</sup> gällande bärplockning och smaken av bär under sin sovjetiska barndom:

*Jag har ett särskilt förhållande till blåbär. Nostalgiskt, skulle jag uttrycka det. Blåbär är lika med blåbärssoppa med klimp, barndomens skog, närmare bestämt – just denna skog [en länk till ett foto finns här]. Blåbär representerar också familjesammankomster i min barndom, att man inte fick lämna skogen förrän man hade fyllt sin korg (vilket inte betydde att en mamma inte hjälpte barnen att fylla sina korgar). Och efter hemkomsten skulle hela skörden rensas. Naturligtvis finns det fortfarande människor som kan plocka tillräckligt med blåbär för att göra 20 burkar blåbärskompott och samma mängd sylt. De är värda att hedras. Jag är lat och gör inte detta. Men minst fem, upp till tio askar som jag har fyllt själv måste det bli.<sup>58</sup>*

Denna inställning till blåbär talar för att synen på vardagsmaten har förändrats – hos den unga generationen har nödvändigheten av hemkonservering ersatts med en nostalgisk önskan om att få uppleva en fortsättning på familjetraditioner, om än tolkade i ljuset av nutida matkonsumtion och matteknologier.<sup>59</sup> När dagens omkring trettio- och fyrtioåringar uttrycker sig nostalgiskt om bärplockning i deras sovjetiska barndom och om smaken av speciella maträtter och konserver som gjordes av deras mammor och far- och mormödrar, handlar det inte om nostalgiska känslor för sovjetekonomin i politisk bemärkelse



utan snarare om en längtan efter kontinuitet, tillhörighet och lycka på ett mycket personligt plan.<sup>60</sup>

Att egenhändigt plocka bär är inte bara ett sätt att leva – det är en handling som markerar en social distinktion i en nyliberal ekonomi. För ett begränsat antal ester, framför allt familjer med låg inkomst eller arbetslösa, är bärplockning fortfarande en källa till extra, säsongsbetonade inkomster.<sup>61</sup> För denna socialgrupp har vilda bär måhända ett mindre nostalgiskt och mer pragmatiskt värde, eftersom bärplockning i många timmar inte är ett lätt sätt att förtjäna pengar.

Konservering av vilda bär för egna behov har blivit ett insiktsfullt val och en reaktion på massproducerad mat. Egna inläggningar, som under 1990-talet uppfattades som en onödig relik från den sovjetiska matekonomin, föredras nu framför industritillverkad sylt eftersom de innehåller mindre socker och mer bär (sylt som produceras i EU



Bloggen *Toidutegu* delger ett recept på blåbärssoppa med klimp.

innehåller ca 35–45 % bär). Bland unga estniska matfantaster har egna inläggningar omvärderats och blivit ett uttryck för sofistikerad smak och en njutbar och kreativ aktivitet – vilda och odlade bär kombineras med kryddor och örter (t.ex. chutney på tranbär eller rönnbär, blåbärs-sylt med kanel, hallonsylt med pepparmynta osv.) Nostalgi som gäller naturliga och genuina smaker kombineras med en samtida önskan att konsumera på nytt sätt.

Professionella kockar på finkrogar, restauranger för *fine dining*, är ständigt på jakt efter kulinariska överraskningar och kombinerar välkända smaker på oväntade sätt.<sup>62</sup> Att äta vilda bär är än en gång en markör för social status och förfinad smak. Gemene man har inte råd att smaka blåbärssorbet med granskottsgranité på världens bästa restaurang, Noma i Danmark.<sup>63</sup> Ett betydande antal nya recept presenteras för allmänheten samt ingredienser eller tillredningssätt som förlänar vilda bär noblare smaker. I en estnisk kokbok hittar man glass på smultron och vit choklad, hallonvinäggrett, brylé på sommarbär samt chutney på rönnbär och aprikoser.<sup>64</sup> Denna ”gourmetisering”, som lanserats genom köksmästare på stjärnkrogar, har nått fram även till vår vardagsmat – vi förväntar oss gastronomiska upplevelser hemma närhelst vi känner för det. Vid sidan av välbärgade gourmander är kunniga matfantaster från medelklassen en växande konsumentgrupp som även älskar att laga mat.<sup>65</sup>

Attityderna i matbloggar tyder på att gourmetmatlagning i hemmen är en reaktion på globala livsmedelskedjor, standardiserade produkter på stormarknader och överdrivet höga priser på restaurangmat. Bloggarna anser att vilda bär är ett genuint livsmedel med autentisk smak som ger en upplevelse av finare matlagning för familjen eller vännerna. I matbloggar om vilda bär är det i huvudsak kakor och desserter av

**”ATT ÄTA VILDA BÄR ÄR ÄN EN GÅNG EN MARKÖR FÖR SOCIAL STATUS OCH FÖRFINAD SMAK.”**

olika slag (t.ex. smultronpavlova, cheesecake med tranbär, tarteletter med lingon och marsipan) som beskrivs. Vilda bär testas på sätt som i ganska hög grad avviker från det bloggarnas mödrar brukade laga till. En matfantast berättar hur roligt det är att göra en blåbärsdessert:

*Det är ett nöje att vara på landet om sommaren. Min syster och jag roade oss med att plocka blåbär i skogen. [– – –] Vi tog lite bär med oss hem och gjorde en enkel och delikat semifreddo. Naturligtvis är det ett förenklat recept, inte en klassisk semifreddo, men den smakar ljuvligt och ska helst avnjutas på en sommarveranda efter middagen.<sup>66</sup>*

Denna bloggare representerar ett ganska vanligt synsätt bland moderna hemmakockar i Estland och anser det inte vara motstridigt att kombinera det välkända med det luxuösa, och sålunda uttrycka sig själv och sin egen tolkning av kulturen.<sup>67</sup> Läckergommen som hyllar vilda bär markerar ett generationsskifte inom estnisk matkultur och visar på nya attityder till matlagning hemma, men som många personliga nostalgiska funderingar på estniska matbloggar indikerar är det unika värdet av egenhändigt plockade bär starkt förknippat med värdet på hemlagad mat.

Utöver en nostalgisk längtan efter riktiga och renodlade smaker associeras vilda bär med god hälsa, som i dagsläget har en nyckelroll i matresonemang. Mat från naturen uppfattas som särskilt hälsosam och tillgodoser samtidigt vår längtan efter genuin föda.<sup>68</sup> Författarna till boken *Marjaraamat* (2012, ”Bärboken”), som genomgående är inriktad på vilda och odlade frukter och bär, framhäver vikten av näringsvärdet i bär. De rekommenderar djupfrysning som det bästa sättet att bevara bär och föreslår kokning av små mängder sylt utifrån upptinade bär.<sup>69</sup> I hägkomster från sent 1900-tal tillskrevs vilda bär ett medicinskt värde inom folkmedicinen, och det höga näringsvärdet i bär har i modern

tid styrkts i vetenskaplig forskning.<sup>70</sup> Egenskaper som hälsosamt, färskt och äkta accepteras allmänt och avspeglas också i den kulinariska bloggosfären. Nya sätt att tillaga bär (t.ex. smoothies) har blivit populära i den yngre generationen av hemmakockar som uppskattar bär för att de dels smakar bra, dels bidrar till en god hälsa, i synnerhet i kontrast till massproducerad mat.

### AVSLUTNING: MÅNGFALD OCH AMBIVALENS I UPPSKATTNINGEN AV VILDA BÄR

Varför kan då vilda bär vara ett lämpligt forskningsämne när det gäller att studera livsmedelskultur? Vilda bär har visat sig vara födoämnen med ett ambivalent värde men även med omfattande symbolisk betydelse. Hågkomsterna av frukt och bär gör det möjligt att tolka känslor relaterade till mat, och genom att det man minns hänförs till bestämda tider vägleder det oss genom varierande minneskulturer från olika sociohistoriska perioder. Matminnen genom tiderna skapar samtidigt förutsättningar att följa med förändringar och nya utmaningar inom etnologisk forskning.

I dagsläget värderas vilda bär högt av både kulinariska och dietära orsaker – de uppfattas som lokala, säsongsbetonade, naturliga, ekologiska och som vetenskapligt bevisat hälsosamma livsmedel. Men dessa förtjänster har inte varit allena rådande i alla tider. I tidiga förmoderna hågkomster uppgavs det att vilda bär togs tillvara av praktiska skäl. Modernisering och urbanisering ökade senare det icke-instrumentella värdet av vilt växande föda. I stadsmiljö representerar vilda frukter och bär i och med alltmer globala matvanor ren och äkta föda samtidigt som de är etiska och ekologiska.<sup>71</sup> Trots att vilda bär är gratis föda från naturen, har det alltid varit ansträngande att plocka dem, både rent fysiskt och med hänsyn till äganderättsförhållanden. Sociala skillnader

”ATT VILDVÄXANDE MAT  
ÅTERUPPTÄCKTS KAN SES  
SOM ETT LED I EN EKOLOGISK,  
HÄLSOSAMMARE OCH  
JORDNÄRA LIVSSTIL PRÄGLAD  
AV ANTIKONSUMISM.”

och rådande värdehierarkier gällande olika födoingtar har under olika tider begränsat konsumtionen av vilda bär.

I ett samhälle där endast få familjer är sysselsatta med att framställa livsmedel, innebär bärplockning en upplevelse av att *tillaga* mat i stället för att passivt konsumera det som produceras industriellt. Utöver dagens intresse för frågor om näring, och en önskan att känna till ursprunget till den mat som vi äter, påverkas kanske det nymnade intresset för bärplockning av en längtan efter att leva enkelt och hållbart, och ge bondelivet och mer ”autentiska” förmoderns lantliga matvanor ett romantiskt skimmer.<sup>72</sup> Att vildväxande mat återupptäckts kan ses som ett led i en ekologisk, hälsosammare och jordnära livsstil präglad av antikonsumentism.<sup>73</sup> Att själv plocka och lägga in vilda bär har blivit en moralisk handling – en reaktion på det industriella livsmedelsystemet – och speglar oro för var maten kommer ifrån och dess miljömässiga konsekven-

ser.<sup>74</sup> Att bege sig ut och plocka bär till sig själv är nuförtiden mindre förknippat med låg social status, särskilt eftersom bärplockning börjat ses som en hälsosam fritidsaktivitet och ett nöje för stadsmänniskor som för det mesta arbetar inomhus. Men sociala skillnader existerar fortfarande då det gäller socialgrupper som plockar bär för sin utkomst och den utvalda skara som söker sofistikerade smakupplevelser i högklassiga gourmetrestauranger. Mat från skogen värdesätts också i välfärdssamhället, även om man inte har lust att själv samla in den.<sup>75</sup>

Trots att en vilt växande skörd numera kan frysas in till vintern, har skogsbär utan tvivel en strålgans av lyx. Den särpräglade smaken av vilda frukter och bär har gett dem hög kulinarisk status när det gäller mat på lyxrestauranger likväl som kulinarisk matlagning i hemmet. Utvecklingen i samtida estnisk matkultur, med influenser från

både Europa och Sovjet, följer trenderna i den nordiska matkulturen där smaken på mat skattas allt högre vid sidan av näringsmässiga och hälsorelaterade värden, vilket sedan länge förespråkas i debatter som gäller mat.<sup>76</sup>

Vad säger oss nostalgi gällande vilda bär om sambanden mellan samtida matvärderingar och minneskultur? I dag hänger vikten av att veta vad man äter samman med en vemodig längtan efter att få plocka bär. Att plocka vilda bär i en särskild skog ger en känsla av att ha sin hemvist där och känna tillhörighet, i motsats till ett mobilt urbant och tekniskt präglad levnadssätt. Aktiviteter som att plocka bär i skogen eller att lägga in bär på sommaren anses vara sunda sätt att opponera sig mot massproduktion samt ett sätt att värna om en ekologisk och hållbar tillvaro. Bär som man plockat och konserverat själv är än en gång ett värdefullt inslag i hushållets matekonomi, inte på grund av matbrist utan utifrån ett behov av initierade valmöjligheter i en era av massproducerade livsmedel och likriktat födointag.

Nostalgiska tankar om mat från naturen i berättelser från matbloggare likväl som från kockar och kokboks författare belyser dagens minneskultur och hur vi tillvaratar mattraditioner. Naturliga landskap och vilt växande föda uppfattas som en del av det förgångna och samtidigt som det närvarande. Kanske kan vilda bär bli ett medium för en resa till ett kulinariskt förflutet – genom att äta vilda bär kan vi känna samma smaker som tidigare generationer. Det är emellertid den positiva nostalgiska upplevelsen som kännetecknar esternas nuvarande livsstil, och de smaker man väljer ger minnen av bärens sötma – men utan bitter eftersmak av förfädernas armod och de vedermödor de upplevde för att skaffa fram mat under Sovjettiden.

## NOTER

- 1 Kirikal (ed.) 2006, 9
- 2 Jfr Albala 2006.
- 3 Jfr Van Esterik 2006, 93–94.
- 4 Jfr Wiessner 1998.
- 5 Jfr Bergflødt, Amilien & Skuland 2012.
- 6 Łuczaj et al. 2012. Jfr Larsen i denna bok.
- 7 Se Larsen 2010.
- 8 Sutton 2001, 9–10.
- 9 Jfr Skott 2008; Hagström & Marander-Eklund (red.) 2005
- 10 Tael 2006, 8.
- 11 Se Kõresaar 1995; Jõesalu 2003.
- 12 Frågelistornas titlar speglar olika forskningsintressen gällande att plocka och äta vilda bär: 1937 ”Mat, dryck, smaksättning”, 1947 ”Om att plocka svamp, bär, nötter och andra ätliga växter”, 1983 ”Att samla naturens gåvor”, 2002 ”Matkultur under Sovjettiden” och 2004 ”Relationer mellan människan och miljön i dagens Estland”.
- 13 Jfr Jõesalu & Kõresaar 2013.
- 14 Johnston & Baumann 2010.
- 15 Long 2010, 96–97.
- 16 Albala 2012, 229; Biltekoff 2012, 173.
- 17 KV 77 (1947):76. I referenser till informanter hänvisar k till kvinna och m till man. För att sätta in svaret i en kontext anges födelseår och personens sysselsättning. Fri översättning till svenska av samtliga svar.
- 18 Se Svanberg 2012; Lindqvist 2009.
- 19 EA 117 (1957):494.
- 20 Jfr Notaker 2003.
- 21 Tohisoo herrgård ligger i Kohila kommun i landskapet Raplamaa i nordvästra Estland.
- 22 Mothander 1931, 28.
- 23 Jfr Łuczaj et al. 2012; Svanberg 2012.
- 24 Tarkiainen 2008.
- 25 Viires [1985] 2001. Utvecklingen låg i linje med nationalismen under 1800-talet i det övriga Europa, där man i kokböcker började koncent-rera sig på inhemsk vardagsmat i stället för på ledande internationell elitistisk kokkonst. Albala 2012, 235.
- 26 Spuhl-Rotalia 1898, 3.
- 27 Troska & Viires 2008, 277.
- 28 Banner 2005, 307–311.
- 29 *Rubus saxatilis* på latin.
- 30 KV 33 (1937):108.
- 31 Se Ottenson 1937.
- 32 Jfr Jõesalu 2005.
- 33 Jfr Caldwell 2009.
- 34 Piiri 2006, 55.
- 35 Dock var standardstorleken på privata jordlotter, som begränsades till 0,5–0,6 ha, inte jämförbar med bondehushållen. Piiri 2006, 57–58.
- 36 Jfr Bellows 2004; Caldwell 2004.
- 37 Jfr Caldwell 2009.
- 38 KV 583 (1983):373.
- 39 Jfr Ailonen 1977, 122–126.
- 40 Jfr Löfgren 1999, 136. När staten organiserade utnyttjandet av bär i sovjetrepubliken Estland understöddes samtidigt plockning av vilda bär i kommersiellt syfte för att få extra inkomster. Paal 2011.
- 41 Jfr Caldwell 2004.
- 42 KV 1064 (2004):13.
- 43 KV 1069 (2004):98
- 44 KV 1031 (2002):220.
- 45 Jfr Łuczaj et al. 2012. År 1978 kokade i Estland 45 % av alla familjer sylt, 31 % pressade saft och 28 % gjorde kompott; uppskattningsvis 80 % av alla egna produkter i hushållet omvandlades till konserver. Raig 1981, 39.
- 46 Biltekoff 2012, 177.
- 47 Ottenson 1970, 67.
- 48 KV 1031 (2002):62
- 49 Jfr Caldwell 2004; Piiri 2006.
- 50 Eelmaa 1985, 5.
- 51 Klementtilä & Jaakola 2011; Shephard 2006.

- 52 Reeder 1988.
- 53 Boym 2001.
- 54 Jfr Jõesalu & Kõresaar 2013.
- 55 Keller 2004.
- 56 Enden & Vilen 2009, 3.
- 57 Boym 2001.
- 58 Vadi 2010 ("Mustika-jõhvikajogurti *panna cotta*" på matbloggen *Toidutegu*, <http://toidutegu.wordpress.com/2+10/03/11/mustika-jõhvikajogurti-panna-cotta/>).
- 59 Jfr Pétursson i denna bok.
- 60 Jfr Sedikides et al. 2008; Jõesalu & Nugin 2012.
- 61 Gertu (f. 1977), mor till fyra barn, berättar att hennes utflykter i blåbärsskogen varar från fem på morgonen till elva på förmiddagen och ibland återvänder hon till skogen på kvällen. Hon kan plocka 24 liter under en tur. Hon hävdar att bärpriserna har stigit sedan euron infördes (t.ex. sommaren 2011 var det högsta pris som erbjöds 2,40 euro per kg. Allas 2012, 38–39. Trots att priserna som betalas av dem som använder bären och av återförsäljare (t.ex. 1,60 euro för blåbär) är nästan hälften av det man får betala på torget (t.ex. 3–5 euro för blåbär) kan flitiga plockare förtjäna omkring 50 euro per dag. Mikovits 2012.
- 62 Jfr Larsen och Burstedt i denna bok.
- 63 Se Redzeqi 2010, 289.
- 64 Enden & Vilen 2009.
- 65 Jfr Johnston & Baumann 2010.
- 66 Hanson 2009 ("Mustika semifreddo" på matbloggen *Puhas rõõm*, <http://piretireseptid.blogspot.com/2009/08/mustika-semifreddo.html>).
- 67 Jfr Kannike 2013.
- 68 Jfr Amilien 2003.
- 69 Virkus & Suitsu 2012.
- 70 Som studier från de nordiska länderna visat har vilda bär fått en viktig status som "funktionella livsmedel" genom upptäckten att de innehåller fenoler (såsom flavonoider). Yngve 2007, 1207.
- 71 Jfr Lindqvist 2012, 59.
- 72 Hall 2013.
- 73 Jfr Łuczaj et al. 2012, 364–365.
- 74 Jfr Biltekoff 2012, 178.
- 75 Jfr Lindhagen & Hörnsten 2000.
- 76 Se Bergflødt, Amilien & Skuland 2012.

*Denna studie har finansierats av forskningsunderstödet IUT 34-32 "Kulturarv som en sociokulturell resurs och ett omdebatterat fält" (Kultuuripärand kui ühiskondlik-kultuuriline ressurs ja probleemne valdkond).*





*Jón Þór Pétursson*

# Mjölkröbotar och gammaldags skyr

*Produktionen av kulturarv och lokal mat på Island*

Sommaren 2009 befann jag mig i mataffären Bónus i Akureyri och köpte en ask med vackra röda körsbärstomater. På locket stod det Hveravellir. Jag funderade över namnet medan varorna samlades i korgen men jag kunde inte riktigt placera det. Trots att jag inte hade en aning om var Hveravellir låg kunde jag se för mig en människa som skötte om dessa tomater, vattnade dem, plockade och sorterade dem, packade och skickade iväg dem. ”Ett landskap har inte mycket värde om det inte heter någonting”, för att citera Reykjaviks-poeten Tómas Guðmundsson, och tomaterna från Hveravellir skulle också vara mindre värda om de inte var kopplade till ett namn.<sup>1</sup> Namnet leder tankarna till tomaternas ursprung och väcker konsumentens intresse att ta reda på mer om dem innan de hamnar i salladen. På det sättet har tomaterna tilldelats en berättelse som riktar sökarljuset mot platsen de kommer ifrån.

Hveravellir är en yrkesodling som ligger i länet Suður-Þingeyjarsýsla och drivs av det äkta paret Páll Ólafsson och Heiðbjört Ólafsdóttir. Hveravellir grundades 1904 och Ólafsson är grönsaksodlare i fjärde generationen.<sup>2</sup> Odlingen är ett familjeföretag där tre generationer arbetar tillsammans och alla familjemedlemmar nämns med namn på deras webbplats. Namnen hjälper att skapa närhet och en känsla för både människorna och platsen; familjerötterna är nära förbundna med växternas rötter. Genom att köpa grönsaker från Hveravellir behöver man inte oroa sig för namnlös massproduktion, utan får en produkt som är äkta och jordnära.

Under de senaste decennierna har kritiken mot livsmedelsindustrin ökat och frågor om arbetsförhållanden, behandlingen av djur samt produktionens påverkan på människan och hennes omgivning har blivit mer aktuella. Tidigare ansåg man att livsmedelsproduktionen hotades av den ”naturliga” faran utifrån, medan man numera oroar sig för faran inifrån, det vill säga för livsmedelsföretagens produktionsmetoder.<sup>3</sup> Till de uppfattade farorna hör de livsmedelstillsatser som finns i bearbetade livsmedel. Genom att märka tomaterna med ett namn, som Hveravellir, förankras de i en lokalitet där man försöker skapa en association mellan producent, konsument och plats.

I denna artikel undersöker jag hur idéer om traditioner och kulturarv de senaste åren har riktat fokus mot lokal och regional livsmedelsproduktion och förändrat relationen mellan producenter och konsument, liksom märkning av mat. Dessa idéer har haft stort inflytande på det isländska matlandskapet

Yrkesodlingen Hveravellir på nordöstra Island har ägts av samma familj sedan början av 1900-talet. Genom att köpa tomater märkta med Hveravellir skapas ett samband mellan producenten, konsumenten och platsen.



Hveravellir



där traditioner och råvaror har fått nytt liv och gett upphov till kulturellt mättade produkter.<sup>4</sup>

### RÅVARA I KULTURARV

Folkloristen Pertti Anttonen menar att man under 1800-talet och 1900-talets första hälft betraktat tradition och nutid som motsatta poler, och att grunden till dagens samhälle till stor del kan härledas till att man frigjorde sig från traditionen. Att definiera traditioner var följaktligen en del av det moderna samhällets verktyg för självanalys, det som skilde dåtid och nutid åt, och att lämna traditionen vittnade därför om att man var modern. Anttonen förkastar dock den här dualismen och menar att tradition och nutid bara är två olika beskrivningar som stöttar varandra i stället för att stå i historisk opposition.<sup>5</sup> Tanken att traditionen är motsatsen till nutiden tillbakavisades även av Richard Handler och Jocelyn Linnekin. Enligt dem ligger det alltid en tolkning bakom definitionen av det traditionella, liksom av det otraditionella. Begreppen hänvisar inte till naturliga egenskaper utan är symboliska konstruktioner som tjänar samtidens syften.<sup>6</sup> Traditionen är alltid delvis ny eftersom den växer fram som en reaktion på tidens gång och påverkas av politiska, sociala och ekonomiska förhållanden.<sup>7</sup> Det blev en viktig teoretisk skiljelinje när man slutade uppfatta tradition som ett fast uttryck för det förflutnas tillstånd och började hantera den utifrån samtidens behov. Inte förrän då hade det skapats en möjlighet att analysera människors behov av det som etnologen Dell Hymes kallade att traditionalisera (eg. *traditionalize*) vissa saker och företeelser.<sup>8</sup> Det var framför allt när man upplevde att traditionerna verkade gå förlorade i slutet av 1900-talet som det skedde en viss parallellförskjutning. I stället för att vara framåtsträvande och modern genom att förkasta traditionerna och vara oberoende av dem, som man gjort på 1800-talet och

långt in på 1900-talet, så blev symbolen för att vara modern nu tvärtom det att man anammar kulturarvet och lägger vikt vid att värna om det.<sup>9</sup>

När filosofen Þorsteinn Gylfason höll föredrag om konst och kultur på allmogeförbundets (Alþýðubandalagið) stämma 1987 formulerade han sig så här:

*Kultur är att göra saker bra. Ta kokt kolja. I en kulturbygd är koljan färsk. Kanske hämtar man den pinfärsk nere vid bryggan före lunch. Sedan kokar man den i vatten eller också ugnsteker man den. Det får inte finnas antydning till blod invid benen. Men fisken får inte heller ha lossnat helt från benen: de ska precis ha börjat lossna. Och den ska glänsa som en lök glänser. Det här är kultur.<sup>10</sup>*

Om kultur är att ”göra saker bra”, så innebär begreppet kulturarv med andra ord att man ärver dessa bra saker från tidigare generationer och bevarar dem. Vi har, kan man säga, en moralisk skyldighet att göra så och förmedla det till dem som kommer efter oss.<sup>11</sup> I vardagligt tal är kulturarvet därför vanligtvis en positiv företeelse för den som definierar det, någonting som är värt att hålla fast vid. Vad som uppfattas som kulturarv styr våra val och våra värderingar: Därför simmar andra fiskarter som sjuryggen ostörd förbi medan koljan kokar i grytan.

Kokt kolja har varit en av islänningarnas populäraste rätter, oavsett om den serverats med färister eller tomatsås, och många åhörare på allmogeförbundets stämma kände säkert hur det vattnades i munnen när de i tankarna följde Gylfason ner till hamnen. Man kan tänka sig att Gylfason använde ordet ”kulturbygd” eftersom de bygder där det var möjligt att åka ner till bryggan och kapa åt sig färsk kolja var på väg att försvinna. På 1980-talet fick traditionell mat som blodkorv, leverkorv och kolja kraftig konkurrens från andra typer av mat.<sup>12</sup> Kring samma tider som Gylfason pratade om koljan hade kinesiska vårrullar blivit

allt vanligare på islänningarnas tallrikar och ordet kulturarv hade börjat användas allt oftare.<sup>13</sup> Reykjavik, liksom många andra orter, uppfyllde knappast Gylfasons definition på ”kulturbygd” eftersom de flesta invånare handlade på stormarknader och i fiskaffärer i stället för att själva gå ner till bryggan och hämta sin kolja. Dessutom hade snabbmatsrestaurangerna gjort sitt intåg, och där har stekt lever och kokt kolja vanligen ingen chans mot hamburgarnas och de friterade kycklingarnas dragningskraft. Det började också bli vanligt med så kallade etniska restauranger där man kunde få ”kinamat” och italienska pastarätter. Utbudet av råvaror ökade samtidigt som traditionella tillbehör som potatis alltmer ersattes av ris.

År 1987 kan man därför skönja en viss nostalgi i Gylfasons framställning som berättar om relationen mellan yrkesfiskare och konsumenter, med stark betoning på platsen som maten kommer ifrån och traditionell matlagning. När de flesta islänningar hade samlats i tätorterna och börjat handla på stormarknader framstår färsk kolja som man hämtar nere i hamnen, lägger direkt i grytan och äter med potatis, lök och färister, som god kultur – rentav som ett kulturarv som är värt att bevara. Och även om Gylfason inte använde ordet kulturarv i sitt föredrag kan man säga att han kryddade sin presentation med positiva värderingar.

Att fiskköttet håller på att lossna från benen kan också ses som en metafor för den historiska utvecklingens betydelse för kulturarvet. För att börja traditionalisera behöver människor ha ”lossnat lite från det förflutnas ryggrad” men ändå inte fjärmat sig för mycket från sitt ursprung. Med andra ord behöver tanken befinna sig i ett mellanrum mellan det gamla och det nya. I dag är det troligt att båtens namn och till och med namnet på fiskaren skulle uppges, men Gylfason stod kanske fortfarande för nära bryggan för att ägna det någon särskild uppmärksamhet. Tankegången om den traditionella maten, som koljan,

var inte endast ett isländskt fenomen, för kring samma tider som Gylfason höll sitt föredrag hade många i andra länder börjat bekymra sig för vilken påverkan den alltmer globaliserade livsmedelsproduktionen skulle få på lokala matvanor.

### EN PLATS FÖR MAT

År 1986, året innan den isländska filosofen talade om kokt fisk, grundade italienaren Carlo Petrini och hans åsiktsbröder föreningen Arcigola. Föreningens tillkomsthistoria har i efterhand fått en viss hjälteglans. Bakgrunden var att den amerikanska snabbmatskedjan McDonalds samma år skulle öppna en restaurang i Rom nedanför Spanska trappan som uppfördes i början av 1700-talet. Arcigolas medlemmar ansåg det nödvändigt att göra motstånd mot vad som uppfattades som ett smaklöst uttryck för globalisering och världskapitalism.<sup>14</sup> Tre år efter att Arcigola grundades uppstod rörelsen Slow Food i Paris och man skrev under ett manifest som är dess grundval än i dag. Målet för Slow Food har från början varit att slå vakt om lokal och regional matkultur och slåss mot kulturell likriktning av mat, liksom den som McDonalds ofta anses stå för.<sup>15</sup>

Men det handlade inte bara om McDonalds och andra internationella storföretag. Medlemmarna i Slow Food oroade sig också över multinationella sammanslutningar som Europeiska unionen och deras försök att samordna marknaden och standardisera matproduktionen. Förespråkarna för Slow Food-rörelsen ansåg att sådana initiativ inte bara hotade, utan till och med kunde utrota, den europeiska matlagningens lokala mångfald och därigenom dess kulturarv.<sup>16</sup> EU verkade å andra sidan ha tagit till sig kritiken, för bara några år senare (1992) godkändes två förordningar med syfte att bidra till att skapa och skydda lokal och regional matproduktion.<sup>17</sup> Producenter både inom och utan-



för EU kan, om de uppfyller villkoren, få unionens kvalitetsstämpel på sina varor vilket har som syfte att garantera kvalitet, ursprung och traditionell framställningsprocess.<sup>18</sup> Den här fusionen mellan kultur och marknad skapar en värdeökning. I ljuset av det kan man kanske bättre förstå det som vid första ögonkastet verkar som en motsättning inom EU, att uppmuntra till särställning samtidigt som man försöker standardisera och samordna.

Enligt geografen David Harvey har ökad globalisering inte upplöst tid och rum som meningsfulla fack, vilket vissa postmodernistiska teoretiker tidigare förutspått. Flödet av idéer, människor och pengar har tvärtom uppmuntrat till att i större skala (åter)skapa platsers image i syfte att skapa en särställning som kan locka turister, investeringar och mångsidig näringsverksamhet.<sup>19</sup> Sociologen Roland Robertson knöt ihop den här utvecklingen med begreppet ”glokalisering” för att förklara hur internationell marknadsföring tar alltmer hänsyn till lokala förhållanden.<sup>20</sup>

Det faktum att ett multinationellt företag som McDonalds serverar ketchup till sina pommes frites i USA och majonnäs till dem i bland annat Nederländerna och Belgien, visar på företagets marknadskompetens. Snabbmatskedjan lägger vikt vid att använda lokala råvaror och möta kundernas behov genom att i viss mån anpassa matsedeln efter matkulturen i det aktuella landet.<sup>21</sup> Genom att flytta fokus från slutprodukten, som hamburgaren, till råvaran, har det skapats möjligheter att få information om produktionsprocessen och producenterna. Det standardiserade och opersonliga får på detta sätt ge vika för namngivna producenter och deras vardagsliv, som den tomatodlande familjen på Hveravellir. McDonalds lyckades i det ovannämnda fallet integrera den kritik som riktades särskilt mot dem. När ursprung, kvalitet och konsumtion av lokala och regionala livsmedel är ett viktigt led i att

nå konsumenterna, har globalisering och lokalisering på sätt och vis slagits samman.<sup>22</sup>

Man kan säga att rörelser som Slow Food har fötts ur globaliseringen och att rörelsen utan den aldrig skulle ha väckt någon uppmärksamhet. Uppfattningar om en överhängande fara som hotar matarvet i världen har stimulerat åtgärder för att bekämpa farorna och slå vakt om arvet. Pionjärerna inom Slow Food oroade sig för allmänhetens minskande intresse för mattraditioner och kulturarv kring mat. Rörelsen har därför lagt vikt vid upplysning och att sammanföra producenter och konsumenter genom initiativ som ”Ark of Taste” och Terra Madre-dagen. Ark of Taste listar produkter från hela världen som Slow Foods medlemmar bedömer vara utrotningshotade på grund av det industrialiserade jordbruket.

Målet är att rädda dessa produkter från massproduktionens syndaflod genom att återupptäcka och få människorna intresserade av traditionella livsmedel och maträtter. Terra Madre-dagen ordnas årligen och där träffas producenter och konsumenter för att värna om kunskapen om lokal mat och lokala mattraditioner. De konsumenter som är måna om matens kontext kallas av Slow Food för ”medproducenter”, eftersom de har inflytande på produktionen genom sin konsumtion.<sup>23</sup> De idéer som definierar lokal mat inbegrips i begrepp som tradition, ursprung, kvalitet, avstånd i tid och rum, sociala band, produktionssätt, hållbarhet och politik. Konsumtion av lokal och regional mat har också varit ett led i det etiska ansvaret att stödja det lokalsamhälle maten kommer ifrån. Ifall konsumenterna ska känna att det angår dem hur det står till med matproduktionen, i stället för att stirra sig blind på själva slutproduk-

**”DE IDÉER SOM DEFINIERAR LOKAL MAT  
INBEGRIPS I BEGREPP SOM TRADITION,  
URSPRUNG, KVALITET, AVSTÅND I TID OCH  
RUM, SOCIALA BAND, PRODUKTIONSSÄTT,  
HÅLLBARHET OCH POLITIK.”**

ten, måste de få tillgång till information. Utan den transparens som kännedom om den sociala kontexten medför, har konsumtionen inte någon större betydelse och förmår inte skapa ett band eller förtroende mellan producent och konsument.<sup>24</sup>

Evenemang som Terra Madre-dagen understryker den kulturella, politiska och ekonomiska slagkraft som ligger i att definiera matarvet. Slow Food-rörelsen visar på detta sätt upp mathantverk, variation i odlingen och lokala småproducenter som kontrast till massproduktion, standardiserad och likriktad matlagning, och internationella storföretag.<sup>25</sup> Rörelsen har spridits över hela världen i hopp om att man genom denna ska kunna informera människor om deras etiska skyldighet gentemot sitt eget och andras matarv. Den skyldigheten rättfärdigar samtidigt att man utnyttjar tid, kunskap och kapital med målet att bevara kulturarvet.<sup>26</sup>

Man kan lugnt säga att Slow Food har stor makt när det handlar om att prägla debatten om bra mat. Rörelsens inflytande bygger bland annat på det kulturella kapital som ligger i att känna till matens ursprung och dess betydelse i ett historiskt sammanhang. Man måste dock noga välja sina debattargument för att kunna hävda att gemene mans matkultur tidigare bestod av en riklig och smaklig kost som är värd att uppmärksammas. Påståendet är inte bara långsökt i många sammanhang, utan kan rentav framstå som verklighetsfrämmande om man till exempel ser på den isländska allmänhetens kosthållning under tidigare generationer.<sup>27</sup> Illusionen om den rikliga kosten har kritiserats hårt av advokaten Luca Simonetti som menar att Slow Foods ideologi inte är något annat än borgerlig konservatism som vill konservera det förflutna och ge en förskönad bild av det samt förpassa kvinnan tillbaka till köket.<sup>28</sup> Det har även påpekats att kulturarv i jämförelse med andra företeelser som sammanbinder dåtid och nutid, såsom restaurering och konservering, har

en större förmåga att sopa komplexa historiska och politiska problem under mattan.<sup>29</sup> Om kulturarvet uppfattas positivt av de människor som definierar sina aktiviteter och arbete som kulturarv, så rimmar hunger och könsbundet förtryck illa med tanken på ett matkulturarv som bör bevaras. Ett oändligt slit för att få mat på bordet ligger närmare den italienska allmänhetens verklighet genom tiderna än rejäla måltider med tillhörande glädje och gemenskap, menar Simonetti.<sup>30</sup> Det finns dock en viss dubbelhet i Simonettis framställning som enligt min uppfattning är tveksam. Simonetti ställer den historiska sanningen (den italienska allmänhetens situation) mot nutidens ”konstruerade traditioner” som han kallar ideologi. Alla försök till traditionalisering definieras sålunda som bakåtsträvande politik som är dömd att misslyckas. Ett sådant perspektiv omöjliggör en djupare analys av hur kulturarvet formar människors självbild och därmed verkligheten.

Etnologen Valdimar Hafstein har förhållit sig kritisk till att man ser bevarandet av kulturarv som ett ideal eftersom kulturarv först och främst handlar om förändringar.<sup>31</sup> Enligt Slow Food är medproducenterna de människor som inte accepterar konsumentens passiva roll utan i stället strävar efter att vara mer medvetna om effekterna av konsumtionen. Genom att stöda producenter, det vill säga lära känna dem och köpa deras varor, har konsumenterna stigit fram som aktörer i produktionsprocessen och kan därmed ses som medproducenter. Enligt Laurajane Smith är kulturarvet inget annat än den diskurs och de handlingar som definierar vad begreppet uppfattas stå för.<sup>32</sup> Få konsumenter producerar mat i ordets rätta bemärkelse, men deras deltagande handlar om att bidra till skapandet av matens kulturella kontext genom konsumtion, berättelser och imageskapande.

En tomat är, vilket redan tidigare framkom, inte bara en tomat utan även det som den står för; den plats den odlas på, människorna som

odlar den, traditionen vid odlingen och, slutligen, banden som skapas mellan producenter och konsumenter. När människor köper tomater från Hveravellir, för att inte tala om när de besöker odlingen efter att ha läst om bönderna på till exempel deras webbplats, deltar de i att forma berättelsen som sprider denna kontakt och skapar en association till den miljö som tomaterna växer i.<sup>33</sup> På detta sätt påverkar både den biologiska och kulturella delen av maten och ätandet oss och den smak vi känner.<sup>34</sup>

Naturligtvis har även storföretag och stormarknader världen över fått upp ögonen för vinstpotentialen och marknadsför nu sina varor med delvis samma metoder som småproducenter. Bönder och småproducenter och deras strävan att sprida information blir synlig genom reklam och förpackningar, som förmedlar berättelsen i text och bild. Berättelserna finns för att försöka skapa den kontakt som anses ha gått förlorad mellan producenter och konsumenter i dag. Kunskapen om matens ursprung garanterar dess kvalitet och framhäver den samhälls-  
liga tanke som ligger bakom produktionen och konsumtionen av den. Genom att på detta sätt reagera på konsumentens krav på transparens hävdar storföretag och stormarknader att de visar sitt samhällsansvar.<sup>35</sup> Mötet mellan bönder och konsumenter på stormarknaderna är kanske det främsta tecknet på att det gamla isländska bondesamhället har gått förlorat. Och då är det dags att lära känna bönderna på nytt.

### FRÅN ROSA LAMMSADEL TILL KVANNUPPFÖTT LAMM

I debattboken *Draumalandið* (Drömlandet) från 2006 beskriver författaren Andri Snær Magnason den isländska matflorans fattigdom som blir uppenbar när man går till mataffären:

*Så går det till: Man åker till Bónus, hittar en rosa lammsadel som ligger i en hög i en frys i en tjock plastpåse. På etiketten står det: "Lammsadel*

*i påse”. En ointresserad yngling kör den genom kassan. Man tillagar den eller glömmmer den i frysen i två år. Lammsadeln är kanske bra men inget av följande följer med till matbordet; ingen märkning, inga bilder av berget, regionen, människan eller kulturen och därigenom förloras värdefulla kopplingar och trådar, möjlighet att för en gångs skull ha lite transparens i världen.<sup>36</sup>*

Magnason fortsätter med att beklaga att man inte längs med riksvägen kan hitta en restaurang vid namn ”Isländska landsbygden”. Tillfället att ”ha lite transparens i världen” går förlorat, säger Magnason, och riktar sin kritik mot namnlösa matproducenter utan kopplingar till konsumenterna. Citatet är hämtat ur kapitlet ”Búnaðarbálgur” (Lantbruksbalk) där Magnason förundras över hur lite som har gjorts på Island för att skapa kontakter mellan producenter och konsumenter, till exempel genom att göra det möjligt för bönder att förädla egna produkter eller tillåta direktförsäljning. Önskemålet att äta på restaurangen ”Isländska landsbygden” uppmärksammar också det dåliga ekonomiska läget för glesbygdens traditionella näringsgrenar som jordbruket.

I en artikel i det isländska litteratursällskapets tidskrift *Skírnir* kritiserar historikern Magnús Þór Snæbjörnsson Magnasons idéer och menar att de helt enkelt bygger på den rådande kapitalismen, som omöjliggör de personliga kontakterna och den transparens som Magnason talar för. Snæbjörnsson menar att man genom att låta trycka en bild av bonden och hans får på lammsadelpåsen, som Magnason föreslår, bara skapar en ny alienation som bygger på en kapitalistisk ideologi. I sin artikel hämtar Snæbjörnsson bland annat inspiration från filosofen Slavoj Žižeks idéer och kritik mot västvärldens ”kulturarvifiering”, som Žižek anser är ett tecken på politisk framstegsfientlighet och underdånighet gentemot kapitalet. Konsumenter som köper en lammsadel med en bild på kreatur och människa har därmed inte över

**”KULTURARVSDEBATTEN LÄGGER VIKT VID BEVARANDE, MEN UPPMANAR SAMTIDIGT FOLK TILL ÅTGÄRDER SOM ÄR AVSEDDA ATT TVINGA FRAM FÖRÄNDRINGAR.”**

huvud taget förändrat det system som orsakar alienationen från producenterna och deras produkter.<sup>37</sup> Den här analysen kan kanske också appliceras på många producenter som kapitalismen undergrävt, samtidigt som den även skapat möjligheter att marknadsföra nya produkter med utgångspunkt i produktionens särställning. Liknande kritik som den Snæbjörnsson framför har uttryckts av andra forskare som menar att i stället för att skapa en närmare koppling mellan producent och

konsument så har själva kopplingarna blivit en fetisch som på så sätt döljer den verkliga produktionsprocessen.<sup>38</sup>

Även om Snæbjörnssons artikel är övertygande på många sätt så tror jag att den politiska hållning som han, och flera med honom, intar gentemot kulturarvet är alltför definitiv för att förklara hur kulturarvet definieras av

olika individer och grupper, och den dragkamp som det innebär. Hållningen förringar dessutom det faktum att kulturarvsdebatten ger producenternas och konsumenternas handlingar ett syfte. Man kan inte bortse från att definitionen av kulturarvet har använts för att utestänga och förtrycka minoriteter i samhället,<sup>39</sup> men kulturarvets makt ligger inte bara i de mäktigas händer. Rörelser som Slow Food har använt kulturarvsdebatten för att skapa en arena för att kritisera internationella storföretag och storindustrier inom jordbruket. Och samtidigt har idéer om kulturarv uppmuntrat konsumenter att söka upp lokala matproducenter och hjälpt till att bygga broar dem emellan.

Etnologen Bryndís Björgvinsdóttir har påpekat att bruket av kulturarvet kan vara ett kraftfullare vapen för att slå vakt om sina intressen än att ”hänvisa till nutidens politiska symboler – frihet, jämlikhet eller demokrati”.<sup>40</sup> Idéer som jämlikhet och demokrati är säkerligen en del

av Slow Food, men den kulturarvsdebatt som rörelsen driver verkar mer lämpad för att ena folk kring den etiska uppmaningen att slå vakt om mattraditioner. Kulturarvsdebatten lägger vikt vid bevarande, men uppmanar samtidigt folk till åtgärder som är avsedda att tvinga fram förändringar. De idéer som Slow Food har varit delaktig i att utveckla och sprida, har på så sätt bidragit till att miljoner människor över hela världen har blivit mer intresserade av att påverka matens politiska, sociala och kulturella kontext. Slow Food står dock inte ensam när det kommer till att definiera och bevara mattraditioner; UNESCO:s konvention om trygghet av det immateriella kulturarvet inbegriper matkulturen som man behöver värna om på grund av den sociala och kulturella sammanhanget.<sup>41</sup>

Magnasons varning om att ”värdefulla kopplingar och trådar går förlorade” fick av allt att döma gensvar. Året efter utgivningen av *Draumalandið* gjordes ett försök på gården Ytri-Fagradalur på Skarðsströnd vid fjorden Breiðafjörður som gick ut på att föda upp isländska lamm på örtväxten kvanne. Projektet genomfördes på initiativ av fårbönderna Halla Steinólfsdóttir och Guðmundur Gíslason i samarbete med forskningsföretaget Matís. Tolv lamm, både tackor och baggar, placerades på ön Akureyjar där det växer tjockt med kvanne. Referensgruppen, sex lamm, placerades på kultiverad mark och utmarksbete. Det uttalade målet för undersökningen var att ta reda på om man kunde känna någon signifikant skillnad i smaken på köttet om lammen föddes upp på grödor med stark smak i stället för på traditionellt sommarbete. Matís medverkan i projektet handlade först och främst om att på ett vetenskapligt sätt ta reda på om det fanns någon påtaglig skillnad i smaken. Enligt Matís slutsats var skillnaden uppenbar och märktes i både lukt och smak.<sup>42</sup> Därtill gjordes en undersökning om konsumenternas uppfattning om köttet. Producenterna ville utreda om det var möjligt



att känna olika smak på lammköttet baserat på kreaturens kostvanor. Då skulle man betydligt lättare kunna koppla produktionen till platsen köttet kommer ifrån. Detta skulle även underlätta utvecklingen av nya metoder för att marknadsföra produkter med utgångspunkt i platsen – på så sätt är man inte längre *vad* man äter utan *där* man äter.<sup>43</sup> Det gäller att marknadsföra olikhet, och att producera en vara som är mer eftertraktad eftersom den smakar annorlunda än andra jämförbara varor. På det sättet försöker man skapa en ny kontext för en traditionell produkt som isländskt lammkött, vilket för med sig en symbolisk och ekonomisk värdeökning som gagnar både konsumenter och producenter.

I sin bok *The Taste of Place* (2008) presenterar antropologen Amy B. Trubek det franska begreppet *terroir* och använder det för att identifiera människors ökade benägenhet att reflektera över sambandet mellan smak och ursprung. Själva ordet betyder jord eller jordmån men översättningen lyckas inte riktigt fånga begreppet i sin helhet. Mer exakt vore kanske att säga att *terroir* symboliserar allt det som påverkar matproduktionen på en bestämd plats: traditioner, praktiskt kunnande, historia och minne, och dessutom jordmån, klimat och landskap.<sup>44</sup> Dessa komponenter skiljer sig givetvis åt beroende på land, region och producent, och maten är avsedd att återspegla den skillnaden. Begreppet är därför en slags ram som definierar människors relation till matens ursprung genom att koppla ihop kultur och naturförhållanden. På så sätt skapar *terroir* å ena sidan en känslomässig ram omkring de erfarenheter och sinnesintryck som påverkar matens smak, och definierar å andra sidan relationen mellan dåtid och nutid i form av mattraditioner.<sup>45</sup>

I en intervju med fårbonden Halla Steinólfsdóttir 2009, diskuterade vi bland annat familjetraditioner och lokal matproduktion på Ytri-Fagradalur. Steinólfsdóttir flyttade hemifrån som ung och när hon

återvände till gården flyttade hon med sina barn till ett hus som fyra generationer bodde i. Släktingarna visste hur man klarade sig ”med sin tids metoder”, som Steinólfsdóttir uttryckte det, och hon lärde sig mycket av dem. Som exempel kan nämnas att ta vara på resurser från hav och land och förädla dem till mat:

*Här röker vi, har vi varmrökt lammkött, det är alltså något som man vill föra vidare, att det inte glöms bort att kunna göra det här i området. Att kunna göra blodkorv och leverkorv, att kunna ta vilket djur som helst och äta det, eller ta vara på det till matlagning, det tycker jag inte får glömmas bort helt. Jag skulle vilja föra det vidare. Och ta vara på de här delarna, att kunna ta tillvara de här delarna på djuret och det som man har tillägnat sig på gården.<sup>46</sup>*

Flera gånger under intervjun kommer det fram hur viktigt det är att inte glömma bort traditionella arbetsmetoder för att hantera mat. Det är beskrivande för hur Steinólfsdóttir har tillägnat sig kulturarvsdebatten om att inte låta kunskap försvinna. Det här kunskapsbevarandet är också knutet till platsens betydelse och har inverkan på den matproduktion Steinólfsdóttir och hennes man bedriver:

*Ja, det har också betydelse att man vet hur sammansättningen ska vara i trädgården, om det ska vara surt eller något annat. Då har det hjälpt att man känner sina marker och att man känner jorden, och man känner till lite grann hur det växer och vad man måste sätta ihop, för att odla fram det. Somligt tål mer sur jordmån och så. Det här behöver man veta lite grann om.<sup>47</sup>*

Odling kräver kunskap (att känna markerna och jordmänen) som det bara är möjligt att tillägna sig genom egen erfarenhet, genom att lära sig av andra och genomföra själv. Men Steinólfsdóttir och hennes

man odlar dock inte alla sina råvaror utan köper till exempel tomat-  
ter och gurka. Enligt Steinólfsdóttir är tomaterna från yrkesodlingen  
Reykhólar de bästa i hela landet och precis som Ytri-Fagradalur ligger  
Reykhólar vid Breiðafjörður. Anledningen till att de här tomaterna  
smakar så bra är att tång från fjorden blandas i jorden och påverkar  
smaken. För Steinólfsdóttir är det viktigt att utnyttja sin närmiljö på  
bästa sätt, plocka vilda örter och bär, använda resurser från havet och  
tillverka det som är möjligt i hemmet.

Man kan tolka Halla Steinólfsdóttirs förhållande till Breiðafjörður  
som känslan av att tillhöra en bestämd plats och delta i att skapa områ-  
dets terroir. Av sin mormor och andra släktingar har hon lärt sig bland  
annat att hantera säl, göra skyr och smör, koka messmör och allt det där  
”som man kan men inte vet vad man ska göra av”.<sup>48</sup> Förutom praktisk  
handledning från släktingar när hon var yngre, har Steinólfsdóttir också  
ärvt en handskriven kokbok som både hennes mormor och mamma har  
skrivit i. Det framkom tydligt under intervjun hur viktigt hon tyckte det  
var att veta vilka råvaror hon hade tillgång till och att *kunna* göra mat av  
dem. Den här kunskapen sitter inte bara i huvudet utan även i de vana  
fingrarna som flår säl och stoppar korv. I det personliga matarvet ingår  
därför direkt kunskap som för Steinólfsdóttir närmare de generationer  
som har levt på Skarðsströnd vid Breiðafjörður. Lammet som fötts upp  
på kvanne är följaktligen inte bara en chans till marknadsföring, utan  
det förkroppsligar också området terroir och de mattraditioner Stein-  
ólfsdóttir värdesätter.

År 2007 drog projektet Austurlamb igång på östra Island. Några  
fåruppfödare började samarbeta kring ett bolag som sålde lammkött  
direkt från gårdarna. På bolagets webbplats kan man bekanta sig med  
bönderna och produktionen. Det betonas särskilt att det som gör köttet  
från Austurlamb olikt annat lammkött är hur länge det får mogna och

därmed hur mört det blir. Bilder på och berättelser om fårskiljning framhäver landskapet och årstidsbundna traditioner, en kontrast till den ”urbana kontorstiden” som styr de flesta människors liv. Eftersom tid är pengar i det kapitalistiska samhället blir köttet mer värdefullt om det får mogna längre, för att inte tala om den goda smak det får. På webbplatsen hittar man kommentarer från kunder som är nöjda med initiativet och många nämner särskilt hur bra det känns att veta varifrån köttet kommer. Ursprungsmärkningen blir en kvalitetsgaranti.

En av Austurlambts gårdar heter Útstekkur och ägs av Sjöfn Gunnarsdóttir och Heiðberg Hjelm. Gården ligger vid fjorden Reiðarfjörður och på Austurlambts webbplats kan man se vackra fotografier från platsen. På ett av dem finns ett lamm som står på en sten med fjorden och bergen i bakgrunden. Under bilden står det: ”Kvalitetslammet ägnar de sista dagarna åt att njuta av utsikten”.<sup>49</sup> Man får nästan en känsla av att lammet haft en avkopplande semester och nu är redo att återvända till kontoret snarare än till slakteriet. Enligt en kund som tidigare bott i närheten av Útstekkur är köttet av god kvalitet eftersom det är ”specialsaltat av naturens hand och med den fina smak som ljungbackarna har gett det”.<sup>50</sup> Kunden verkar ha influerats av idéerna om betydelsen av relationen mellan mat och platsen den kommer ifrån. Den kulturella kontexten påverkar den biologiska smaken, som känner ”ljungbackarnas fina smak”. Och det finns ingen anledning att tvivla på den subjektiva perception som skiljer mellan nyanser i upplevelsen av smak. Just den här kunden är insatt i de lokala förhållandena, vilket förmodligen har förstärkt smakkänslan när köttet avnjuts.

Enligt kommentarer från Austurlambts kunder är kontakten med producenten mycket viktigt för dem. På det här sättet bidrar konsumenterna till att skapa det mervärde som finns i bilden av lammet som haft en angenäm semester. Webbplatser, som den som Austurlamb har, ger

möjligheter för producenter och konsumenter att gemensamt sprida berättelser och idéer.

### KOCKARNAS KRYDDA – DEN LOKALA FRAMSTÄLLNINGEN

Samma sommar som jag köpte körsbärstomaterna från Hveravellir gick jag ut och åt på restaurangen Friðrik V i Akureyri.<sup>51</sup> Restaurangen som drevs av paret Friðrik Valur Karlsson (som restaurangen är döpt efter) och Arnrún Magnúsdóttir lade stor vikt vid lokala råvaror. Av allt att döma hade de inspirerats starkt av Slow Food-rörelsen med dess betoning av regional mat. På Friðrik V fanns bland annat en lokal och säsongsbetonad meny med fyra- och femrättersmiddagar. Maten var god och blev inte sämre av att kocken själv serverade och presenterade rätterna, och småpratade med gästerna på restaurangen. Det att Karlsson gjorde det iklädd sina kockkläder bekräftade hans kunskaper på ett symboliskt sätt.

Etnologen Barbara Kirshenblatt-Gimblett har påpekat att mat alltid är betydligt mer än vad som framgår av dess näringsinnehåll, eftersom den är summan av alla förnimmelser som behövs för att producera och äta den.<sup>52</sup> Matgästerna på Friðrik V var alltså upplysta när de inledde måltiden och presentationen var en estetisk iscensättning som ställde in smaklökarna på vad som komma skulle. Matupplevelsen var dock inte bara bunden till själva restaurangen utan gästerna fick ”åka på en resa mot okända mål” runt Eyjaförður där man med hjälp av presentationen fick bekanta sig med utvalda producenter och deras råvaror. På denna resa fick man bokstavligen smaka på regionen. Ett ökat intresse för matturism verkar återspegla den fusion mellan marknad och kultur som ibland har kallats ”upplevelseekonomi”.<sup>53</sup> Precis som begreppet antyder utgår man från att nutidsmänniskan ständigt är på jakt efter nya upplevelser. Strävan efter att uppleva något nytt har förmodligen alltid

gett upphov till resor men under de senaste årtiondena har tonvikten på mat ökat markant.

Upplevelser av mat bygger alltid på en slags kulturspridning och i sin diskussion om den nordiska restaurangen Noma i Köpenhamn har etnologen Hanne Pico Larsen påpekat hur berättelserna om maten förvandlar råvarorna till en kulturell rätt som sedan serveras matgästerna. Något av det mest intressanta med Noma är kocken René Redzepis betoning av att förädla råvarorna så lite som möjligt så att det vilda inte tar för mycket smak av kulturen. Genom att spåra råvarornas ursprung och deras väg till tallriken skapas samtidigt en helhet i tid och rum.<sup>54</sup> Samma sak gjordes på Friðrik V där regionens kultur serverades. Turister eftersträvar i grund och botten att smaka på själva kulturen när de äter. Lokala rätter bygger på lokal kulturhistoria och maten har därför blivit en del av att uppleva platsen.<sup>55</sup> Efter resans slut sprids sedan matupplevelsen genom muntligt och visuellt berättande. Genom att äta lokal mat känner många turister att de har hedrat en annan kultur och tagit den till sig. Samtidigt tycker de att det känns som att den kulturen på samma sätt har tagit dem till sig.<sup>56</sup>

Etnologen Bernhard Tschofen har studerat det informationsflöde som numera följer maten och placerat det i ett socialt och historiskt sammanhang. Maten får ett historiskt djup genom att den kopplas till särskilda grupper, regioner eller länder. Tschofen har påpekat att man i nyutkomna resehandböcker har kunnat se mer betoning på mat, inklusive den mat som tidigare sägs ha varit den viktigaste näringen för gemene man. Den här typen av mat kan man ofta få på restauranger men med den skillnaden att det på restaurangerna vanligtvis serveras en mer vällagad (och mycket dyrare) variant av rätten, även om råvarorna är samma eller liknande. På detta sätt blir traditionen själv en ingrediens i omdefinieringen och marknadsföringen av en matkultur

som betonar hur ekonomiska och sociala faktorer tillsammans formar betydelsen av matprodukter under nya omständigheter.<sup>57</sup> I resehandböckerna prisas maten på grund av sitt ursprung och sin kvalitet, och samtidigt berättar man om de restauranger som värnar om traditionen genom att använda lokala råvaror och servera lokala maträtter.<sup>58</sup>

På restaurangen Friðrik V kunde man bland annat beställa KEA skyr till efterrätt. Varumärket KEA har visserligen sina rötter i Eyjafjörður, men skyren kan köpas i de flesta matbutiker på Island. Skyren som serverades på Friðrik V var till skillnad från den som såldes i affärerna producerad på traditionellt sätt. Den traditionella skyren på restaurangen var tagen ur sitt äldre och vardagligare sammanhang och återskapad i en ny kontext som understryker dess ställning som kulturarv och som del av en lokal matkultur.

Friðrik V gav också islänningar en möjlighet att vara matturister i sitt eget land och få spännande matupplevelser på egen mark. Ifall kultur-  
arvsdebatten skapar särskilda ”destinationer”, precis som Barbara Kirs-  
henblatt-Gimblett har påpekat, kan man säga att Friðrik V var en sådan  
destination.<sup>59</sup> Men det var inte själva restaurangen som var kulturarvet  
utan matkulturen den rekonstruerade. Skyren serverades inte bara för  
att mätta kroppslig hunger utan även andlig hunger. Det förflutna är  
som ett främmande land och på det här sättet kunde Eyjafjörðurbor  
och andra islänningar, i likhet med utlänningar, se på maten med nya  
ögon. Etnologen Konrad Köstlin har påpekat att lokal kokkonst inte  
bara attraherar turister utan också skapar en diskussion mellan lokal och  
internationell matlagning. Den diskussionen berör inte bara ”de andra”  
utan påverkar också självbilden hos dem som ser den lokala matkultu-  
ren som en del av sin vardag.<sup>60</sup> Å andra sidan har de som inte sockrat  
den gammaldags skyren med kultur-  
arvsdebatten kanske svårt att förstå  
varför folk betalar höga summor för en vanlig mejeriprodukt som man

kan få i närmaste snabbköp. På Friðrik V förvandlades vardaglig mat som skyr till en symbol för den lokala och regionala matkulturen.

När man studerat hur inhemska och utländska turister förhåller sig till lokal mat i regionen Skagafjörður framgår det att de hellre avnjuter den på plats än tar den med sig hem.<sup>61</sup> Det visar på att det finns en längtan efter att knyta an till platsen, dess historia och kultur. På Island är det numera inte enbart sevärdheterna Gullfoss och Geysir som lockar utländska och inhemska turister utan det är också maten, den traditionella skyren, som drar folk till landsbygden och ”tillbaka” till bondgårdarna.

### ERPSSTAÐIR – TILBAKA TILL FRAMTIDEN

I regionen Dalasýsla på västra Island hittar vi mejeriet Erpsstaðir. Det ägs av Þorgrímur Einar Guðbjartsson och Helga Elínborg Guðmundsdóttir, båda med rötter i regionen. I en intervju år 2009 med Guðbjartsson framlade han sina tankar om utvecklingen av den isländska matkulturen i takt med samhällsförändringar kring andra världskriget:

*I gamla dagar, innan andra världskriget och egentligen alla århundraden före det på Island, var det så att du köpte hem råvaror och lagade mat av dem. Då pratar jag om salt, korn, vete och sådant där. Sedan hände det efter kriget att folk lämnar landsbygden, eller det öppnas möjligheter där i Reykjavik och på andra ställen, med jobb och du såg din chans och behövde inte längre vara jordbruksarbetare och inte få någon lön. Så folk flydde undan böndernas ok på den tiden och då satt de andra kvar och de hade inte tid att producera all mat själva.<sup>62</sup>*

Guðbjartsson stack inte under stol med att livet hade varit krävande för majoriteten av befolkningen under flera århundraden. Efter andra världskriget började samhället förändras och i tätorterna skapades



bättre möjligheter för jordbruksarbetarna att skaffa sig jobb och bilda familj. Tätorterna erbjöd också mer frihet. Samhällsförändringarna ledde till nya bestämmelser som hade avgörande inflytande över matproduktionen:

*Då öppnar de det här mejeriet, det behövdes mjölk i Reykjavik eller i tätorten och vi började då producera mer mjölk. Då var de så nöjda bönderna att kunna slippa det där med att tillverka smör och grädde. Kunde bara bli av med all mjölk till mejeriet, så kunde de bara köpa tillbaka smöret. Då behövde ingen kärna smör, inget krångel. Och lagen var också sådan att all mjölk bara skulle gå till mjölkförädling och du fick inte tillverka någonting hemma och sälja det, men du fick tillverka för eget bruk.<sup>63</sup>*

Den moderna specialiseringen kring 1950 innebar alltså att bönderna behövde, eller fick, producera mjölkprodukter endast för eget bruk eller sälja råvaran till ett närliggande mejeri. Senare slogs mejerierna ihop till driftsbolaget Mjólkursamsalan (MS). I och med det kan man säga att bönderna förlorade viss makt över sin egen matproduktion och blev mer konsumenter. Det som är intressant i Guðbjartssons berättelse är att enligt honom var bönderna vid den här tiden glada att slippa allt arbete ("inget krångel") som förädlingen av mjölkprodukter i hemmen medförde. Han avslutar sin berättelse med följande ord:

*Och sedan bara så där omkring 1950 då dör det i stort sett ut, då upphör, då har mekaniseringen kommit till landsbygden, det är ingen som slår med lie längre, alla har skaffat traktorer och det är mindre behov av folk i hemmet och det har öppnats slakteri, man köper allt kött och då förändras det här. Du slutar slakta hemma utom så där någon gång ibland, du åker till slakteriet och får blodet där, åker till affären och köper rågmjölet och så bara försvinner det här steg för steg.<sup>64</sup>*

Guðbjartsson är för ung för att ha egna upplevelser från den här tiden. Mitt syfte är inte att ifrågasätta Guðbjartssons historiebeteckning utan jag ser den som ett led i hans självbildsskapande. Detta självbildsskapande är viktigt för Guðbjartsson för att ge mening åt matproduktionen på Erpsstaðir.

I citatet ovan beskriver Guðbjartsson sina tankar om marknadsekonomins intåg med all den specialisering som följde och det inflytande detta fick på livsmedelsproduktionen på Island under loppet av 1900-talet. Den förändring av matvanor och matproduktion som Guðbjartsson beskriver blir då en förutsättning för att bevara den kunskap som tidigare fanns på landsbygden, men som försvann i och med mekaniseringen. Guðbjartsson var själv en del av den här utvecklingen eftersom han är utbildad mejerist och tidigare arbetade för MS i Búðardalur.

Paret Guðbjartsson och Guðmundsdóttir var intresserade av hemproduktion och började utvidga gården på Erpsstaðir 2006. På deras webbplats poängteras att precis som ”många vet så har det moderna jordbruket blivit betydligt enklare än förut, inte minst på grund av framsteg inom mjölkningsteknologi och slätter”.<sup>65</sup> När utvidgningsarbetet var klart sommaren 2009 inledde mejeriet Rjórabúíð Erpsstaðir sin verksamhet. Det innebar att det återigen var lättare för producenten och konsumenten att mötas. Mejeriets verksamhet har ökat för varje år och i dag producerar paret traditionell skyr, ostar, flera sorters glass och även konfekt gjord på skyr. Konfekten kom till som ett samarbetsprojekt mellan Erpsstaðir och Islands konsthögskola 2009. Skyr klassificeras som en traditionell produkt eftersom den har tillverkats länge på Island, men tillsammans med prefixet ”gammaldags” har traditionen omdefinierats som kulturarv. Samtidigt markerar skyrkonfekten hur gammaldags skyr har förvandlats till en ny produkt. Glassen är däremot en ny produkt och på det sättet går det gamla och det nya hand i hand.

Guðmundsdóttir och Guðbjartsson har delvis anammat kulturarvets resonemang, men det ”enkla moderna jordbruket” som de bedriver är förmodligen den främsta orsaken till att de traditionella arbetsmetoderna föll ur bruk. Erpsstaðir blev genast populärt och sommaren 2009 besöktes gården av omkring femtusen människor. De följande två åren

steg besökarantalet och år 2011 var man uppe i femtontusen besökare enligt uppgifter från gården. Sedan 2009 har mejeriet alltså lockat väldigt många gäster som har kommit för att handla men också för att ”uppleva” produktionen: klappa korna, titta på tillverkningen och njuta av en glass. Precis som på en interaktiv teater har man iscensatt en föreställning som förstärker den sociala relationen mellan producent och konsument. Den interaktiva teatern, eller samproduktionen, skapar mervärde både för producenten och konsumenten.<sup>66</sup>

På Erpsstaðir erbjuds olika former av kulturanknuten turism och på webbplatsen presenteras bland annat djuren på gården, men också de närliggande vandringslederna. Det betonas att besökarna är ”välkomna att bekanta sig med jordbruket och titta på mjölkningen (som utförs av en mjölkrobot)”.<sup>67</sup>



Konfekt gjord på skyr är ett samarbetsprojekt mellan mejeriet Erpsstaðir och Islands konsthögskola. Konfekten illustrerar hur gammaldags skyr har förvandlats till en ny produkt.

När jag frågade Guðbjartsson om hemproduktionens möjligheter var han övertygad om att den skulle komma att öka. Han påpekade att en av de stora förtjänsterna är variationsrikedomen. Även om råvaran är den samma är produkterna olika eftersom varje producent använder sitt eget recept och sätter sin egen särprägel på produkten. Det kopplade han till ett ökat medvetande om betydelsen av att bevara det hantverkskunnande man förlitade sig på i hem-

På mejeriet Erpsstaðir kan besökarna uppleva verksamheten genom att bekanta sig med jordbruket och titta på mjölkningen som utförs av en mjölkrobot.



men förr i tiden.<sup>68</sup> Guðbjartsson tyckte inte heller att det skulle vara en återgång till svunna tider att bevara äldre hantverkskunnande, utan bara ett komplement till dagens matkultur. När jag frågade Guðbjartsson hur matvanorna hade förändrats i hans familj, om de tog särskild hänsyn till den lokala matkulturen, svarade han: ”nej, bara så där kommersiellt, på internationellt sätt”.<sup>69</sup> Här märks det paradoxala i kulturarvet kanske som tydligast. Familjens matvanor har förändrats av internationella strömningar och trender. Traditionen fick så småningom ge vika för pasta och pizza (ett tecken på att man var modern), tills kulturarvsdebatten åter favoriserar riktigt tjock gammaldags skyr, orörd och utan importerad bakteriekultur.

Valdimar Hafstein har påpekat att kulturarvets perspektiv således påverkar ”människors inställning till det som de gör och hur de förstår sin omgivning och sig själva”.<sup>70</sup> Under den ekonomiska krisen som drabbade Island 2008 publicerades en nyhet om att frysboxar och köttkvarnar hade sålt slut. Många bedömde att det var dags att återgå till ursprunget och det som hade hållit islänningarna vid liv i århundraden.<sup>71</sup> Man kan säga att frysboxar är den absoluta skärningspunkten där det förflutna fryses ner till framtid. De som i finanskrisens kölvatten köpte frysboxar och köttkvarnar för att vårda äldre mattraditioner ser med andra ögon på blod- och leverkorv och korvtillverkning än äldre generationer. En blod- eller leverkorv är följaktligen inte bara mätande mat utan också en stark symbol för islänningarnas matarv. Den ekonomiska krisen markerade en dramatisk skiljelinje för deltagare i kulturarvsdebatten, eftersom kulturarvet anses tillhöra det förflutna medan personen själv är en del av nutiden. På så sätt understryker kulturarvet den personliga distans som är nödvändig för att ”gamla” föremål och handlingar ska leva vidare som representanter för det förflutna. Finanskrisen gav upphov till omfattande debatter i mass-

medierna om mattraditioner. Exempelen i denna artikel visar dock att kulturarvsutvecklingen hade inletts redan före det. Krisen verkar dock ha fört med sig att intresset för isländska mattraditioner har ökat.

Mjölkrobotar och annan modern teknik är en förutsättning för att producera traditionell skyr i stor skala, men matproduktion i kulturarvets anda är en förutsättning för att folk ska bli intresserade av att köpa skyr och ägna sig åt matturism. Vem skulle förresten ha trott att mjölkning skulle bli en form av underhållning som folk gärna kommer och tittar på under sommarlov och på helger. På mejeriet Erpsstaðir har produktionen placerats på en scen och bönderna på gården, deras barn, ladugården med korna, men också besökarna är en del av skådespelet. Mjölkrobotar får på det sättet det förflutna att sippra fram och förmodligen finns det inte modernare mat på Island i dag än gammaldags skyr.

## AVSLUTNING

*Jorden, föder sina barn så starka och blida, med löfte om vår och bättre tid.  
Ljusa och trofasta, liksom du.<sup>72</sup>*

Den här lite sentimentala sångsnutten finns i en reklamfilm för isländska grönsaker där en familj skördar färska och läckra grönsaker. De praktiska traditionerna ger löfte om en ljus framtid, och när melodin är slut avslutas reklamen med orden: ”Isländska grönsaker, du vet varifrån de kommer.” Meningen är anspråkslös men i den flätas några av de främsta ledmotiven i samtidens matkultur samman. Reklamen fångar det ökade intresset för matens kulturella sammanhang, där tonvikten ligger såväl på generationerna som hjälps åt med dagsverket som själva produkterna. Man strävar efter att göra matens ursprung rättvisa och göra konsumenterna delaktiga i processen. Löftet ”du vet varifrån de kommer” garanterar att det går att lita på det här ursprunget. När det

mesta kan förändras står tryggheten att finna i ursprunget, generation efter generation.

Matproduktion i den egna kulturella kontexten har blivit allt viktigare i dagens kost. Det är den springande punkten när det gäller att skapa förtroende mellan producenter och konsumenter. Enligt min uppfattning kan man se vissa likheter i hur kulturarvsdebatten bygger en bro mellan dåtid och nutid och hur lokal och regional matkultur skapar kontakter mellan producenter och konsumenter. I en värld som genomgår ständiga förändringar är kulturarvet både ankare och vägvisare för framtiden. I kulturarvet döljer sig en vädjan till handling och att sätta sig in i matens historia innebär en vilja att påverka världen och människans plats i den, och därmed kompetens att definiera matens funktion i det dagliga livet. Kulturarvet är därför ett tolkande begrepp som definierar hur världen borde vara i stället för att beskriva den. Att definiera mat och produktionsprocessen som tradition eller kulturarv innebär en omdefiniering av människors relationer och ger dem ny betydelse.

Med kunskapen om matens ursprung följer också ansvaret att vårda ursprunget, ett ansvar som samspelar med kulturarvets etiska uppmaning. Globalt har rörelser som Slow Food varit framträdande i att värna om mattraditioner och gjort det till sin uppgift att slåss mot influenserna från storföretagen och den internationella kapitalismen. Slow Foods tillkomst går följaktligen hand i hand med de senaste decenniernas kritik mot den namnlösa och opersonliga massproduktionen av mat. De individer som har deltagit aktivt i att vårda den lokala matkulturen med ord och handlingar har av rörelsen kallats ”medproducenter”. I det ligger inte bara ett ansvar gentemot producenterna, utan också en möjlighet att påverka produktionen och därmed vad man äter. I det sammanhanget har kulturarvet blivit ett vapen för att slåss mot mark-

nadskrafternas kulturella egenmäktighet och tvinga fram förändringar i det förhärskande systemet. Den här kampen är dock alltid tvetydig eftersom producenter som paret på Erpsstaðir även påverkas av kapitalismen. Men det uppvägs av att värdet på deras produktion, som ligger i att förädla och sälja produkter hemma, har skapats ur samma marknadssystem med ökad fusion mellan marknad och kultur. Skillnaden är ändå den att småproducenter har bättre möjligheter att påverka sin egen produktion och därmed ge sina handlingar mening.

Även den ökande matturismen och hur besök på restauranger har förändrats, måste då också ses i kulturarvets perspektiv. Matproducenter och kockar har tagit sig an uppgiften som kulturförmedlare och deltar inte bara i produktionen, utan arbetar också med att få folk att förstå matens roll och betydelse i kulturen. Informationsspridningen är ett led i att skapa en ram kring konsumenternas upplevelse av maten och ger dem dessutom möjlighet att påverka den ramen.

I vår tids matkultur är det först och främst platsen som har gett den här känslomässiga ramen en världslig form. På bondgårdar som Erpsstaðir möts producenter och konsumenter i kulturarvets anda. Genom att äta hemgjord glass och titta på mjölkrobotarna i arbete blir konsumenterna medvetna om hur viktigt det är vårda mattraditionerna samtidigt som de konsumerar dem. Lamm som smakar som ljunbackar, pinfärskolja vid bryggan och en glad familj som skördar grönsaker – det är de här värdena som många vill vårda, och kulturarvet förverkligar den här synen på världen. Att veta varifrån maten kommer är att veta vem man är, var man står och vart man är på väg.



## NOTER

- 1 Guðmundsson 1981, 174.
- 2 Yrkesodlingen Hveravellir, <https://www.islenskt.is/en/farmers/id/1940/hveravellir>.
- 3 Atkins & Bowler 2001; Belasco 2005, 217–234; Halkier 2004, 21–38; Pollan 2007.
- 4 Den här artikeln bygger på ett kapitel i min masteruppsats i folkloristik/etnologi från 2009, där jag undersöker hur individer definierar sina egna matvanor utifrån begrepp som ”natur”, ”tradition” och ”plats”. Här behandlar jag huvudsakligen kapitlet om plats. Kapitlet bygger på bland annat två intervjuer med matproducenter år 2009 och en deltagarundersökning från samma år som delvis gick ut på att äta traditionell skyr på restaurang. Intervjuerna, som gjordes på isländska, spelades in och transkriberades ord för ord.
- 5 Anttonen 2005.
- 6 Handler & Linnekin 1984, 273–290; jfr Hobsbawn & Ranger (eds.) 1983.
- 7 Glassie 2003, 176.
- 8 Hymes 1975, 353–355.
- 9 Jfr Klein 2006, 57–80.
- 10 Gylfason 1987, 14.
- 11 Hafstein 2006, 313–317.
- 12 Jfr Jakobsson 2007, 32–34.
- 13 Hafstein 2006, 314.
- 14 Petrini & Padovini 2006.
- 15 Petrini & Padovini 2006; jfr Lindqvist i denna bok.
- 16 Leitch 2008, 381–400.
- 17 Ilbery & Kneafsey 2000, 317–325; Welz 2007, 323–335.
- 18 Rytkönen 2011, 42–53.
- 19 Harvey 1990, 295–296.
- 20 Robertson 1995, 25–45.
- 21 Brembeck 2007; Watson 2005, 70–80.
- 22 Haraldsdóttir 2009, 399–412.
- 23 Om Ark of Taste och termen medproducent, se <http://www.slowfood.com/about-us/slow-food-terminology/>.
- 24 Roos, Terragni & Torjusen 2007, 1–11.
- 25 Det är just i detta avseende som Slow Food starkast kritiserats och anklagats för elitism. I en värld präglad av orättvis fördelning av rikedomar blir många beroende av billig masstillverkad mat och har svårt att praktisera den ansvarsfulla konsumtion som Slow Food förespråkar. Jfr Simonetti 2012, 168–189.
- 26 Hafstein 2012, 502.
- 27 Jfr Gísladóttir 1999.
- 28 Simonetti 2012, 187–190.
- 29 Bendix 2000, 38.
- 30 Simonetti 2012, 168–171.
- 31 Hafstein 2012.
- 32 Smith 2006.
- 33 Jfr Larsen i denna bok.
- 34 Jfr Korsmeyer 2002.
- 35 Jfr Johnston, Biro & MacKendrick 2009, 509–532.
- 36 Magnason 2006, 49–50.
- 37 Snæbjörnsson 2007, 478–479.
- 38 Jfr Bryant & Goodman 2004, 344–366; Goodman, Maye & Holloway 2010, 1782–1796.
- 39 Jfr Klein 2006, 57–80.
- 40 Björgvinsdóttir 2010, 116.
- 41 [www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00011](http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00011).
- 42 Hilmarsson [sidnummer saknas].
- 43 Jfr Bell & Valentine (eds.) 1997.
- 44 Trubek 2008, 1–53.
- 45 Hermansen 2012 [sidnummer saknas]; jfr Reksten och Österlund-Pötzsch i denna bok.
- 46 Intervju med Halla Steinólfsdóttir 2009, 8.
- 47 Intervju med Halla Steinólfsdóttir 2009, 10–11.
- 48 Intervju med Halla Steinólfsdóttir 2009, 2.
- 49 Om gården Útstekkur på Austurlambs webbplats, se <http://www.austurlamb.is/index.php/framleieendur/utstekkur>.

- 50 [http://www.austurlamb.is/index.php/](http://www.austurlamb.is/index.php/framleieendur/utstekkur)  
framleieendur/utstekkur.
- 51 Friðrik V í Akureyri stängdes ár 2010. Restau-  
rangen öppnades på nytt í Reykjavík, men har  
sedermera stängts.
- 52 Kirschenblatt-Gimblett 1998b, 1–30.
- 53 Jfr Pine & Gilmore 1999; Ekström & Jönsson  
2016; Jönsson 2005, 14–15.
- 54 Larsen 2010, 96; se även Larsen i denna bok.
- 55 Long 2004.
- 56 Jfr Köstlin 1998, 108–114; Andilios 1998, 44–55.
- 57 Tschofen 1998, 329–331.
- 58 Jfr Burstedt i denna bok.
- 59 Kirshenblatt-Gimblett 1998a.
- 60 Köstlin 1998, 108–114.
- 61 Haraldsdóttir 2009, 399–412.
- 62 Intervju med Þorgrímur Einar Guðbjartsson  
2009, 15.
- 63 Intervju med Þorgrímur Einar Guðbjartsson  
2009, 16.
- 64 Intervju med Þorgrímur Einar Guðbjartsson  
2009, 16.
- 65 Mejeriet Erpsstaðirs webblats,  
<http://www.erpsstadir.is/gisting.html>.
- 66 Jfr Ekström & Jönsson 2016.
- 67 <http://www.erpsstadir.is/gisting.html>.
- 68 Intervju med Þorgrímur Einar Guðbjartsson  
2009, 16.
- 69 Intervju med Þorgrímur Einar Guðbjartsson  
2009, 10.
- 70 Hafstein 2006, 315.
- 71 ”Íslendingar rífa í sig frystikistur”, *Visir.is*  
6.11.2008, [http://www.visir.is/islendingar-](http://www.visir.is/islendingar-rifa-i-sig-frystikistur/article/2008551435618)  
[rifa-i-sig-frystikistur/article/2008551435618](http://www.visir.is/islendingar-rifa-i-sig-frystikistur/article/2008551435618).
- 72 Reklamfilm för isländska grönsaker,  
<https://vimeo.com/56094322>.



Yrsa Lindqvist

# Mat på bild – att illustrera rena råvaror

**M**an brukar säga att en bild säger mer än tusen ord och aldrig har väl världen varit så visuell som i dag. Bilden kan både upplysa och underhålla, men framför allt påverka. Vilket är då förhållandet mellan bilder och det stora intresset för den genuina och ursprungliga maten? Kunde trenden ha uppstått utan de stämningsbilder som vi förknippar med en hållbar matproduktion? Som exempel på hur mat presenteras som livsstil med en jordnära förankring, ska jag här se närmare på en broschyr som Finlands svenska Marthaförbund<sup>1</sup> gav ut med anledning av den finlandssvenska matkulturdagens 20-årsjubileum 2011. Broschyren *Rena råvaror* presenterade lokala producenter och beskrevs som en matresa i de svenskspråkiga regionerna östra och västra Nyland, Åboland, Åland, Österbotten och i Helsingfors. Projektet var ett samarbete med Folkkultursarkivet vid Svenska litteratursällskapet i Finland och det var min uppgift att intervjua producenterna och skriva de introducerande texterna om deras matfilosofi. Tillsammans med fotografen Karin Lindroos, infor-

matör på Marthaförbundet, gjorde jag fältarbete i de olika produktionsmiljöerna. Lindroos ansvarade för den visuella informationen, medan broschyrens recept skapades av matkreatören Louise Mérus på uppdrag av Marthaförbundet.<sup>2</sup>

*Rena råvaror* är inte en kokbok, men följer samma trend som speciellt svenska kokböcker gjort sig kända för sedan mitten av 1990-talet. Boken *Rosendahls Trädgårdscafé* (1994) av Monika Ahlberg sägs vara den första i den kokboksgenre som lägger särskilt stor vikt vid fotografierna och formgivningen.<sup>3</sup> Fotografierna till recepten förmedlar stämningar. I *Rena råvaror* är det inte beskrivningar av hur man förvandlar en råvara till en maträtt som står i fokus. Det visuella uttrycket dominerar och knyter den finlandssvenska matkulturen till ett nordiskt bildspråk med stark naturförankring. Också här är det stämningar som leder till maten. De frågor jag här vill närma mig är vilka känslor som åberopas, vilka stämningar som byggs upp? Hur används visuell kommunikation i kontexten ”lokalt producerad mat” i kombination med natur och kulturarv? Och kan man jämföra illustrationerna i de kokböcker som användes i Finland under 1800- och 1900-talen med visuella uttryck som representerar vår mat och matlagning i dag?

Målgruppen för broschyren *Rena råvaror* är den finlandssvenska befolkningen, i främsta hand kvinnor med anknytning till Martharörelsen. En bilds kommunikativa effekt är relaterad till hur målgruppen upplever budskapet i den. När bilder analyseras nämns ofta redundans och information som motsatspar, spänningen mellan det bekanta som målgruppen kan relatera till och informationsvärdet, det uttryck som bildskaparen använder sig av för att nå ut med informationen. Mottagaren tolkar bilden utgående från sin sociokulturella bakgrund – bilder är kodade meddelanden som fungerar under en viss tid i ett visst socialt sammanhang.<sup>4</sup>

Mat och recept förknippas i dag automatiskt med ett visuellt uttryck. Det gäller allt från reklam, kokböcker och broschyrer till bloggar och webbsidor etc. Kännetecknande för 2000-talets bildspråk i fråga om mat är att det stämningsskapande fotografiet fått stor plats. Man kan tala om ett poetiskt språk där syftet med bilden är ren njutning. Det är rent av svårt att föreställa sig att mat skulle presenteras utan illustration. Bakgrunden till det nordiska bildspråket, där natur och stämningbilder så stort dominerar, kan kopplas till de centrala matstrategierna i Norden på 2000-talet, det vill säga det nordiska matmanifestet och ny nordisk mat.<sup>5</sup>

### RENA RÅVAROR – EN MATRESA GENOM SVENSKFINLAND

När Claus Meyer återupptäckte de nordiska råvarorna i början av 2000-talet hade Marthaförbundet redan i några år fokuserat på just lokalproducerat, säsongsbetonat och rena smaker.<sup>6</sup> Den finlandssvenska matkulturdagen instiftades 1992 för att uppmärksamma och bevara finlandssvenska mattraditioner med betoning på det lokala. För att ge olika råvaror synlighet har man valt ett nytt tema varje år, och sedan 1997 har Marthaförbundet delat ut ett pris till personer som främjat matkulturen med sin yrkesverksamhet. Åren 1994–2000 var exempelvis potatis, inhemsk fisk, inhemskt lamm, rödbeta och vilda bär teman. När matkulturdagen firade 10-års-

På pärm bilden till broschyren *Rena råvaror* samsas rena råvaror i ett harmoniskt stilleben.



jubileum 2001 var temat ekologiskt kött, det vill säga flera år före den debatt om hållbar djuruppfödning som är aktuell i dag.

I samband med den finlandssvenska matkulturdagen har Marthaförbundet varje år gett ut broschyrer om årets tema, och framför allt har dessa broschyrer utvecklats visuellt år för år. Broschyrer om bär, kål, svamp och vilda växter, som utgavs åren 2007–2010, fokuserade på ett upplysande, informativt bildspråk: de olika kålsorterna presenterades, de olika svamparna avbildades som i en handbok för svampplockning och de vilda växterna som i en växtflora. Fokus låg på fakta och en naturtrogen återgivning av råvaran.

### *Valet av miljöer*

Inför matkulturdagens 20-årsjubileum 2011 lyftes de enskilda råvarorna, som dittills presenterats var för sig i broschyrer, fram som en större helhet med fokus på matkultur och produktion. Eftersom Finlands svenska Marthaförbund är en takorganisation för regionala och lokala marthakretsar gick ”matresan” genom samtliga svenskspråkiga regioner längs med kusten. Målet var att alla i Svenskfinland skulle kunna relatera till de miljöer som presenterades och avbildades. De teman som lyftes fram var spannmål, säsongsmat, nötkött, vilt, grönsaker, ost, fisk, lammkött och örter. Det ansågs också viktigt att miljöerna visuellt skulle representera heterogena finlandssvenska miljöer, det vill säga landsbygd, skärgård, stad, och en regional diversitet.

Den första miljön som presenteras i broschyren är Veckoski-Andersböle kvarn nära Borgå i östra Nyland och temat är spannmål. Bröd och gröt utgör basen i de flesta kulturer, så också i Finland. Den nuvarande kvarnen är en ståtlig byggnad i fyra våningar byggd 1934, men på platsen invid vattendraget har det funnits en kvarn i minst 400 år.





Bilden fångar rörelsen hur mjölet som färdig produkt dammande strömmar ner i en hink under mjölnarens uppsikt.



Som miljö är en kvarn en plats som få har en relation till, men mindre producenter säljer mjöl och gryn genom direktförsäljning, på marknader, i REKO-ringar, i ekologiskt inriktad handel etc. Revitaliseringen av gamla vetesorter som spelt och emmer intresserar konsumenterna, och kvarnen är en central aktör i framställningen.

Betydligt fler har erfarenhet av att besöka en gårdsbutik. Numera finns det försäljning av närproducerade varor på många håll, men när Gårdsboden i Estby, Kyrkslätt i västra Nyland startade 1993 som ett komplement till jordbruket, var direktförsäljning ett relativt nytt fenomen. Gårdsbodens grundare berättade om sina planer att öppna en butik på jordbrukarmöten och bjöd in också andra att leverera produkter till försäljning. Intresset bland andra producenter var till en början rätt så lamt, men när boden väl öppnade fanns det honung, mjöl, potatis, tomat, gurka och hantverk på hyllorna. Inom kort ville fler producenter bidra med sina närproducerade varor. Nyckelordet i affärsverksamheten var säsongsmat, en betoning som egentligen slog igenom först drygt tjugo år senare.

Tre uppslag i broschyren behandlar kött: ekologiskt nötkött, biodynamiskt fårkött och vilt. Gemensamt för de köttproducenter som presenteras är att de bedriver en hållbar produktion. Gällande det vilda handlar det framför allt om älgkött som många landsortsbor har erfarenhet av. Biffkorna föds upp på en gård i Österbotten, där man redan på 1960-talet övergick till ekologiskt jordbruk inspirerad av miljörelsen i Sverige. I motsats till mjölkkor är biffkor i det närmaste halvvida. På gården följer man djuren genom hela livscykeln. Köttet saluförs i några närbutiker och i en ekobutik i Karleby, men en del av köttet säljs också till privatkunder. Gårdens ägare upplever att varje ny kris inom livsmedelsindustrin ökar på efterfrågan av ekologiska varor. Kunderna vill gärna besöka lantbruk, och med egna ögon se hur djuren lever.



Den biodynamiska gården Sällvik i västra Nyland, som bland annat producerar lammkött, är rätt unik i Finland. Det finns inte så många lantbruk som är biodynamiska och därmed har en sluten näringskedja. Efterfrågan på inhemskt lamm- och fårkött har ökat för varje år, men fortfarande kan det vara svårt att få tag på det i butikerna. Det kräver engagemang från konsumenternas sida och kan inte inhandlas så spontant som gris- och nötkött.

När intervjuerna för *Rena råvaror* gjordes 2011 fanns den troligen enda producenten av hårdost gjord på fårost på Åland. Kunskapen att tillverka ost har man inhämtat i Sverige. Kurserna har hållits av franska mejerikonsulter, så den åländska fårosten är stadigt förankrad i den franska mejerikulturen. Fårfarmaren är i direktkontakt med kunderna på marknader, men i huvudsak säljs produkterna i de åländska matbutikerna.

Rena välmående djur ute i det fria ger konsumenten en upplevelse av etiskt hållbar produktion.

Eftersom de flesta finlandssvenskar är bosatta vid kusten var det också självklart att få med en skärgårdsmiljö och en fiskare bland de producenter som skulle representera den finlandssvenska matkulturen. Fram till 1950-talet var strömming basföda för de flesta som var bosatta vid kusten. Också stadsborna försåg sig på höstmarknaderna med saltad strömming för vintern. Numera är den stora frågan hur man kan få de inhemska konsumenterna att äta mer strömming. En stor del av fångsten har exporterats till Ryssland och Ukraina, endast en bråkdel har stannat i Finland.

En växande trend på 2000-talet är att också stadsbor kan odla. Kolonilotterna har en drygt 100 år gammal historia, men även en balkong kan lämpa sig för cityodling. Särskilt lämpliga är de inglasade balkongerna, som är skyddade miljöer med närmast drivhusklimat. Det var därför naturligt att presentera en ivrig balkongodlare i broschyren *Rena råvaror*. För hobbyodlaren, som en balkongodling trots allt är, är själva nöjet att följa med hur det växer lika stort som den egentliga nyttan. Det blir vad det blir, och ofta är överraskningen positiv.

### *Känslan av äkthet förmedlad via stämningar*

Recept är inte längre enbart en beskrivning av hur man förvandlar en råvara till en maträtt. Dagens värld är visuell i en större utsträckning än någonsin tidigare. Synen är vårt överlägset starkaste sinne när det gäller att ta in information, hela 80 procent av intrycken sker visuellt. Hörsel-, smak- känsel- och luktsinnet delar på resterande 20 procent av det som sker i vår omgivning. Många av våra beslut grundar sig alltså på vad vi ser, och bilderna har kommit att spela en allt större roll i samband med besluten.<sup>7</sup> Det verkar som bilderna har en extra stor betydelse när det gäller mat och matupplevelser. De sociala medierna fylls av läckra bilder på mat och att fotografera sin matportion innan

man börjar äta sker både i privat och i offentlig miljö. En sökning på ”matbloggar 2018” ger drygt en miljon träffar och i dem är det bilderna som är det centrala och som fångar uppmärksamheten.

De miljöer jag i korthet återgett ovan presenteras i broschyren *Rena råvaror* i lika hög grad i både bild och text. I det följande ger jag exempel på hur olika stämningar byggts upp visuellt. Jag utgår från en semiotisk bildanalys som tar fasta på vilken upplevelse eller känsla bilden ger och analyserar bildens grundbetydelser (denotationer), bibetydelser (konnotationer) och privata betydelser.<sup>8</sup>

På uppslaget som handlar om ekologiskt nötkött finns en närbild på en flock biffkor som tittar storögt på mig. Korna är rena, luggen i pannan lockar till att krafsa dem mellan hornen, mularna är blekt rosa och fuktiga. På en annan bild ses en kalv titta rakt in i kameran, tryggt omgiven av de stora vuxna djuren, beskyddad och omsluten som elefanter gör med de minsta i flocken. Marken är täckt av strö. Inhägnaden består av träd och stenar, korna strövar fritt. De ser lugna och harmoniska ut. På en tredje bild syns jordbrukarparet som ansvarar för korna, miljön och det ekologiska köttet. Också de ser glada och harmoniska ut, och jag övertygas om att endast det bästa är gott nog i den hållbara djuruppfödning som ger dem levebrödet. Uppslaget rymmer även ett recept. För varje miljö och producent som presenteras finns nämligen recept utarbetade för produkterna. Maträtten – rimmad nötfilé med karamelliserad rödlök och pepparrotssås – serveras på en blåvit tallrik placerad på en röd- och vitrutig kökshandduk på en trädgårdsstol. Bakgrunden lyser försommargrön som i en kohage. Egentligen räcker den visuella informationen för att övertyga om att det här är ett kött vars produktion stöder hållbar utveckling. De attityder och värderingar som jordbrukarparet, Marthaförbundet och i förlängningen ny nordisk mat, Slow Food-rörelsen etc. står för, förmedlas av bilderna.

**Ekologiskt nötkött**

**MÅT OCH MÅNGD** Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader. Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader. Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader.

... är en nötkött eller en färgig i smörgåsar och i sallader. Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader. Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader.

**Rimrad nötkött**

**RETT** Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader. Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader.

**RETT** Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader. Hörsållan i Hålsjö är en ekologisk gris. I smörgåsar och i sallader.

Varje uppslag i broschyren *Rena råvaror* bildar en helhet med bild, text och recept.

Det grundläggande i bilderna är husdjuren på den ekologiska gården samt ägarna och den maträtt som återfinns som recept i broschyren. Den lantliga miljön och den röd- och vitrutiga duken under tallriken ger konnotationer till tradition och en livsstil fjärran från stadens larm. På ett privat plan påminns betraktaren kanske om barndomens landskap – många äldre personer har minnen av djurhållning på lantgårdar – eller att man som barn hämtade mjölk hos bonden. I det här fallet handlar det visserligen om biffkor, men kor i en hage är ändå en symbol för bondgården så som vi vill uppleva den, det vill säga inte en industriell produktionsanläggning för kött och mjölk.

Uppslaget om spannmål och kvarnen i östra Nyland domineras av de stora pappersäckarna som väntar på att fyllas med mjölk. Säckarna, golvet, ett träräcke och kvarnens vägg harmonierar i vackra bruna jord-



Kvarnens interiör med trä, sten, papperssäckar och mjöldamm ger bilden en sparsam färgskala och ett intryck av harmoni, vilket också en hållbar mathållning strävar efter.

nära nyanser. Ljuset silar in genom de stora fönstren med sina otaliga fönsterrutor och reflekteras på mjölsäckarna. Skuggorna är mjuka och golvet nästan vitt av det fina mjölet som finns överallt, också i luften, vilket gör bilden en aning disig. Tre mindre bilder visar hur mjölet strömmar ur kvarnen och ner i en bunke, speltmjölet förpackat som sikt och fullkorn samt kvarnens fasad med sina många fönsterrutor. På ytterligare en bild ses mjölnaren i sina vita kläder. I bakgrunden står hans dotter, som driver verksamheten i dag. För kvarnens del är recepten ”platt speltbröd med spenat, frön & landeskinka” och ”hemlagad mysli”. I bild upptar bröden en hel sida, de ligger på ett robust skärbräde i trä med en tydlig ådring, ett skärbräde med patina och historia.

Skärpan och fokus är på det främre brödet. Skärbrädet förefaller att stå på en vedspis, i bakgrunden syns gjutjärnspannor upphängda på väggen. Materialen framhävs – träets lena yta, järnets blanka ytor och tyngd. Bröden har skinka, spenatblad och solrosfrön som pålägg. Den hemlagade speltmyslin illustreras av en bricka med två koppar kaffe i blåvitt porslin och två glasburkar med yoghurt toppade med mysli. Ur burkarna sticker udda silverskedar upp. På brickan står också två vaser medstjälkar av rödklöver. Bildernas huvudsakliga syfte är att illustrera de två recepten, men dessutom associerar bilderna till enkelhet, rena smaker, ett lantligt kök, sommar, en hälsosam start på dagen och överlag harmoni. De blåvita kaffekopparna på bilden för tankarna till mitt eget porslin, till design som kulturarv och lugna morgnar på semestern.

Det sista bilduppslaget som jag här återger i ord handlar om fisk. Den svenskspråkiga befolkningen i Finland är i huvudsak bosatt vid kusten och många är välbekanta med skärgårdsmiljöer, åtminstone i anslutning till sina sommarvisten. Traditionellt har fisk och speciellt strömming varit en av kostens grundpelare. Numera är strömming inte så populärt, en stor del av fångsterna går till foder för pälsnäringen

eller på export österut där konserverfabriker förädlar produkten. Yrkesfiskarna är ytterst få, fiskbeståndet sägs minska och larmrapporter om Östersjöfisken har medfört restriktioner om hur många gånger i veckan det är tryggt att äta fisk etc. Den unga fiskare som intervjuades för *Rena råvaror* var ändå försiktigt optimistisk och förespråkade nya sätt att äta strömming, till exempel i tortillor med sallad, tomat och tartarsås. Saltströmmingens tid är definitivt förbi.

Visuellt domineras uppslaget om fisk av hög blå himmel, blått hav och en skärgårdsbebyggelse med tre mangårdar och tillhörande uthus koncentrerade till ett litet samhälle. I förgrunden syns en midsommarstång, också den en symbol för de svenskspråkiga skärgårdsmiljöerna. Den stora trålaren, vit med blått skrov, vittnar om yrkesfiske och på fyra mindre bilder ses detaljer från trålaren och fiskaren själv ombord på båten. I de här bilderna dominerar den röda färgen – i däckets, i fiskarens klädsel och i livbojen. På följande uppslag syns fiskarens hemmahamn. En stenbro leder ut i vattnet, trädäcket kantas av en stock. Strandgräset är grönt i förgrunden, havet blått och på andra sidan sundet växer skärgårdstallar. Två rödmålade redskapsskjul med vita knutar står på bron. Naturen, byggnaderna och brokonstruktionen signalerar skärgård och sommar. Även om bilden inte representerar ett sommarboende eller en fritidsmiljö känns miljön bekant. Konnotationerna ger förnimmelser utanför bilden: vindens sus i klibbalen som skymtar mellan förrådsbyggnaderna, trädäcket på bron som är solvarmt, insekters ljud i strandgräset, vattnets kluckande mot stenarna.

Recepten till fiskuppslaget beskriver ugnsbakad gös med kantarellstuvning, dillpesto och nypotatis samt strömming med körvelmajonnäs och karamelliserade rotsaker. Samtliga ingredienser kan sägas tillhöra klassisk sommarmat och många av råvarorna fångas eller plockas helt gratis – i havet, skogen eller den egna köksträdgården.





Skärgårdens sommarlandskap är ett viktigt rum i många finlandssvenskars identitetsbygge.

### Vem förstår bilderna?

Bilderna i broschyren *Rena råvaror* återger många element som är kulturbundna, i vidare mening till Norden och i snävare mening till det finlandssvenska. Odlingslandskapet, byggnadstraditionen, naturen, människorna, djuren, råvarorna, kärnen och färgerna utgör koder som gör budskapet tolkningsbart. Budskapet är att det finns en människa, en gård, en kvarn, ett hav som vår mat kommer ifrån, att det finns producenter i våra närmiljöer i Svenskfinlands alla regioner, att ekologisk produktion är ett val. Broschyrens upplaga var 20 000 exemplar och den främsta målgruppen Marthaförbundets medlemmar på drygt 9 000 kvinnor. Miljöerna är hämtade ur en finlandssvensk kontext, det är kustlandskapet, skärgården och landsbygden som gäller. Det handlar om traditioner och kulturarv som är bekanta för den förhållandevis

lilla samhällsgruppen ”finlandssvenskar” på drygt 300 000 personer längs med Finlands kust. Presentationen av producenter i varje region ger mycket sannolikt en hög igenkänningsfaktor hos broschyrens målgrupp. För finlandssvenskar är det betydelsefullt att i sin minoritetsposition få känna samhörighet – nationellt, regionalt och lokalt. På lokal nivå är de producenter som presenteras någon man förmodligen känner eller åtminstone känner till. På motsvarande sätt är produkterna bekanta.<sup>9</sup>

I och med att målgruppen starkt kan relatera till såväl bildspråket med dess miljöer, råvaror och producenter som Marthaförbundets tradition och ideologi, kan broschyren *Rena råvaror* anses vara en produkt med hög igenkänningsfaktor. Det är inte en kokbok, men en receptsamling som representerar den finlandssvenska matkulturen. Inte så att råvarorna och maträtterna skulle skilja sig markant från de finska, svenska eller ens nordiska, men miljöerna och producenterna förankrar den i Svenskfinland. På motsvarande sätt har många öbor en känsla av att det som produceras på den egna ön är unikt och representerar just dem.<sup>10</sup>

I sig skiljer sig inte bildspråket nämnvärt från trenden med stämningsskapande matbilder i Norden överlag. Men småskaligheten i minoriteten ”finlandssvenskar” gör att miljöerna och människorna som avbildas tilltalar målgruppsläsaren på ett personligt plan, eftersom det är sannolikt att läsaren upplever en känsla av samhörighet. Den visuella kommunikationen i kontexten ”lokalt producerad mat” kombineras med natur och kulturarv.

Bilderna har alltså en konnotativ betydelse för målgruppen, i bemärkelsen att konnotationer är gemensamma för ett kollektiv. I en bred tolkning kan kollektivet bestå av nordbor, i den snävaste av ortsborna där producenten är verksam. Vid sidan av språket hör landskapet och

miljöerna längs kusten till de främsta finlandssvenska gemenskapsskapande faktorerna.

### KOKBOKSILLUSTRATIONER

Nordiska ministerrådets program ”Ny nordisk mat II” presenterar den officiella trenden med närmat, rena och vilda råvaror samt äkta smaker. I programmet visualiseras regionens mat i ett nordiskt bildspråk med stark naturförankring. Det visuella budskapet talar till känslor,

återger stämningar, natur och kulturarv.<sup>11</sup> Samma visualisering finns i kokböcker, broschyrer, bloggar, webbsidor, reklammaterial, livsstilsmagasin etc., oavsett Nordiska ministerrådet. Det stora intresset för mat och tanken att mat är någonting mer än föda, snarare en livsstil, skulle knappast vara lika omfattande ifall smak, hälsa, njutning, ekologi och ekonomi förmedlades endast genom text. Betydande är att ordet ”kokbok” allt oftare ersätts av ”måltidslitteratur” – också det signalerar att det inte enbart är fråga om recept för matlag-

ning, utan om upplevelser, känslor och njutning. Kokboken har flyttat från kökshyllan till sängbordet.<sup>12</sup> I Sverige ges det ut mest kokböcker i världen, sett till befolkningsantal. De har också blivit en exportsuccé och är därmed ett liknande fenomen som det svenska deckarundret. När det gäller att presentera matlagning är man speciellt skicklig på att gestalta enkelhet, naturlighet och hantverksskicklighet, framför allt i bild. Maten återger rena råvaror serverade på ett enkelt sätt. Det räcker inte med enbart recept – boken ska förmedla en upplevelse när man bläddrar i den.<sup>13</sup> Man kan säga att det är ideologin och filosofin bakom nordisk mat som går igen.

**”DEN VISUELLA, UPPLEVELSE-BASERADE TRENDEN ÄR FÖRHÅLLANDEVIS NY, ÄVEN OM VISSA IKONISKA SÄTT ATT ILLUSTRERA KOKBÖCKER HAR LÅNGA TRADITIONER.”**

Den visuella, upplevelsebaserade trenden är förhållandevis ny, även om vissa ikoniska sätt att illustrera kokböcker har långa traditioner. För att placera in bildspråket i broschyren *Rena råvaror* i en vidare kontext gör jag nedslag i den historiska traditionen vad gäller kokboksillustrationer, och återger exempel på illustrationer ur ett urval kokböcker som använts allmänt i Finland.

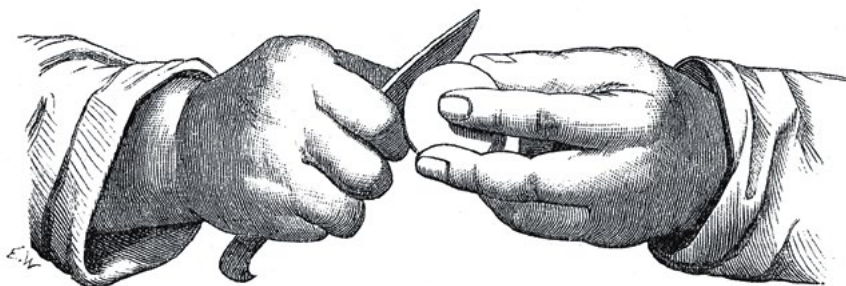
### *Tradition och trend i kokboksfloran*

Kokkonstens utveckling i modern bemärkelse inleddes på 1700-talet. Då förfinades tillredning, måltider, bordets dukning och etikett. Maten blev en del av den civilisationsprocess som påbörjats i Europa på 1600-talet. Kokböcker var till en början de högre samhällsklassernas litteratur och i Finland användes främst kokböcker tryckta i Sverige. Populära svenska kokböcker som användes flitigt var exempelvis Cajsa Wargs *Hjelpreda i hushållningen för unga fruentimber* (1755), Margaretha Nylanders *Handbok wid den nu brukliga Finare Matlagningen* (1822) och Gustava Björklunds *Kokbok för husmödrar* (1849). Samtliga utkom i många upplagor men det var också vanligt att man ur vänners och släktingars exemplar skrev av recept i egna handskrivna recepthäften.<sup>14</sup>

Fram till 1900-talets början var det sparsamt med illustrationer i kokböcker. Det finns ändå några undantag, till exempel Gustava Björklunds *Kokbok för husmödrar* som blev omåttligt populär, också i Finland, och utkom i tretton upplagor. Den tolfte ”tillökade och förbättrade” upplagan, som kom ut 1885 på Askerbergs förlag i Stockholm, hade försetts med illustrationer. Eftersom den gavs ut 23 år efter författarens död påverkade hon således inte själv hur rätterna skulle framställas visuellt. På försättsbladet uppges det att boken är försedd ”med 106 gravyrer” och på sidan intill finns en bild på en järnspis *de lux* med fem ugnsluckor, kolbehållare, två kokplattor med ringar och en vatten-

behållare där man ser hur varmt vatten kan tappas i en hink. Slevarna hänger på rad redo för användning. De 106 gravyrerna, som torde vara kopparstick, är av hög kvalitet, 30 av dem är signerade E. Westerberg XA, knappt 30 signerade E. W. och resten är osignerade, även om det förefaller som om upphovsmannen är densamma. Bilderna kan indelas in i tre kategorier. Den första består av bilder med ett rent *upplysande* innehåll, till exempel fiskarter, svamparter, köttstycken, formar, kastruller och slevar. En andra kategori kan beskrivas som *undervisande* och illustrerar faser i matlagningen, så som att binda upp en hare på spett eller en närstudie av att skiva en champinjon. Den tredje kategorin kunde kallas *stämningsbilder*, de visar främst råvaror arrangerade i stilleben som små konstverk eller upplägg som visar mer än den direkta maträtten. Det är också i den här kategorin som paralleller till dagens trend kan återfinnas.

Mathilda Langlets bok *Husmodern i staden och på landet* är ungefär samtida med Björklunds tillökade och förbättrade upplaga. *Husmodern* utkom första gången 1884 och den andra upplagan utkom 1892



En illustration i Gustava Björklunds kokbok som visar en aktiv handling i matlagning – hur champinjoner skalas.

Öfver händerna böva hållas wid skalning af champignoner.

på Bonniers förlag i Stockholm. På försättsbladet meddelas att boken innehåller 165 illustrationer. Jämfört med illustrationerna i Björklunds bok avbildar dessa så gott som uteslutande hushållsredskap, såsom olika formar för à la daube, krämer, puddingar, en purépress, köttkvarnar, en korvstoppningsmaskin, en sparrissax, en kryddlåda, en såssil etc. Undantagen är en fisk, en hönskropp bunden för kokning och några avbildningar av köttstyckning som presenteras i avsnittet om slakt. Om upphovsmannen finns inga uppgifter, men illustrationerna verkar närmast ha sitt ursprung i kataloger över bland annat hushållsredskap som var ett slags föregångare till postorderhandelns broschyrer.

När hushållsskolor grundades på 1880-talet började mer pedagogiska kokböcker ges ut och de började förekomma också utanför de högre samhällsklasserna. Hushållsskolorna var ett led i att höja levnadsstandarderna i Finland genom att utbilda kvinnor till att sköta hus och hem med allt vad det innebar av hygienmedvetenhet och ett mångsidigt kosthåll. Anna Olsoni, själv föreståndare för Pedagogiska Matlagningsskolan i Helsingfors och utbildad i Sverige, gav 1892 ut *Kokbok för enkel matlagning i hem och skola*. Den var utarbetad som lärobok för finska förhållanden. Några år senare utkom *Kokbok II för hem och skola* (1901). Olsoni uppgav att eftersom den förra ”af mången ansetts innehålla för få matrecept och därtill af så enkel beskaffenhet, att de på intet sätt kunna tillfredsställa fordringarna på en mera komplicerad matlagning, uppstod hos mig tanken på utarbetandet af en receptbok såsom tilllägg till ofvannämnda bok”.<sup>15</sup> Försättsbladet informerar om att boken innehåller ”872 matrecept och 48 afbildningar”. Jämfört med Gustava Björklunds kokbok är illustrationerna betydligt enklare, mindre och med sämre skärpa, vilket också kan bero på ett sämre tryck överlag. Boken har utkommit på förlaget Söderström & C:o i Helsingfors och resurserna var inte de samma som i Stockholm, inte heller var målgrup-

pen lika bred. Det finns ett register över illustrationerna, men i övrigt nämns inte illustrationerna i förordet och det uppges inte heller vem som är upphovsman.

Småningom kom fotografiet in i kokböckerna. Klassikern i Svenskfinland är Runa Melanders kokbok, som först hade titeln *Hemhus-hållningens grunder* (1929) när den gavs ut på uppmaning av Finlands svenska Marthaförbund.<sup>16</sup> I den första upplagan finns femton fotografier som avbildar den tillredda maträtten, det vill säga hur det är tänkt att slutresultatet ska se ut och läggas upp på tallriken. Boken blev oerhört populär och upplagorna avlöste varandra. Från 1951 löd titeln *Matlagningens grunder jämte recept*, men den döptes snart i folkmun till *Marthas kokbok*, vilket också blev det officiella namnet på den tolfte helt omarbetade upplagan (1965). Då kompletterades den bland annat med nya avsnitt om djupfrysta livsmedel. I den upplaga från 1955 som jag tittat närmare på finns fjorton fotografier varav de flesta visar dukning eller upplägg i närbild. Resterande fyra fotografier visar handling i närbild: att filea en gädda, att steka en biff etc. På dessa bilder syns dels för tiden moderna kärl och köksredskap, dels händer som utför arbetet. En av bilderna från den första upplagan 1929 finns kvar, de övriga har bytts ut.

När fotografierna kom in i kokböckerna trängde de snabbt ut kopparsticken och etsningarna. På 1950-talet blåste redan helt nya vindar i kokboksgenren.<sup>17</sup> Särskilda uppslag med färgbilder på de färdiga rätterna och dukningar visade hur det var tänkt att maten skulle serveras, men också svartvita fotografier fanns inströdda bland recepten. I en del kokböcker fanns det fortfarande teckningar, ofta humoristiska med stilistiska drag av 1950-talets modernitet och design. Vid den här tiden började också recepthäften ges ut av livsmedelsproducenter och affärskedjor.



### Värgädda

1 färsk gädda

Till spadet:

1 ½ l vatten

morötter

paisternacka

lök

citron

salt

vitpeppar

persilja

För dillmajonnässten:

OKA-majonnäs

citron

rikligt med dill

Grönsakerna och citronen skäres i bitar

och får koka i vatten ungefär en timme.

Spadet silas och kryddas. Den rensade

fisken kokas i spadet tills den blir mjuk.

Garneras med hårdkokta ägg i klyftor,

tomater och persilja.

Som sås användes dillmajonnäs: majon-

näsen blandas med några droppar citron-

saft och rikligt med finhackad dill.

### Ett annat alternativ:

För spadet:

vatten

salt

vitpeppar

2 små lökar

2 dl vitt vin

Spadet får koka c. 15 minuter, varefter

fisken kokas i detta i c. en halv timme

över saltat öd. Fisken får rinna av

skinnen och benen avlägsnas, varefter

fisken överdrages med OKA-majonnäs.

Garneras med kokta, kalla grönsaker:

morötter, arter, sparris och potatis.

Att avbilda den färdiga maträtten i närbild dominerade länge kokboksillustrationerna. Mot slutet av 1900-talet var kokboksbilderna fortfarande i huvudsak en illustration, inte en stämningsskapare. Att det inte var bilderna som stod i centrum så som nu framgår av till exempel av den finska kokboken *Kodin Keittokirja*, som kom ut i en andra upplaga 1993. Den är en översättning av *Bonniers Nya Kokbok* från 1985 och fotografierna är de samma i den finska versionen nästan tio år senare. I dagens visuella värld med internet och sociala medier, där kommunikationen kan föras också enbart med fotografier, exempelvis på Instagram, skulle det knappast längre vara tänkbart att använda ett bildspråk som så uppenbart är från ett annat decennium – förutom som

Rosteriet och grossistfirman Kaffé Ab med varumärket OKA gav med anledning av olympiaden i Helsingfors 1952 ut ett häfte med recept på mat där "majonnäs, senap och vinättika – kvalitetsprodukter som levereras av OKA – ingår som väsentlig beståndsdel".



en medveten effekt. Men utvecklingen mot ett mer stämningsskapande matfotografi hade ändå inletts redan långt tidigare.

En av de första som i Finland kombinerade stämning, miljö och mat – där bilderna kommunicerar mer än recepten – var fotografen Manne Stenros. Han driver företaget A la carte, som specialiserat sig på att presentera olika regioner i Finland i vad man i dag kan kalla måltidslitteratur snarare än kokböcker. *Lappi à la carte* kom ut 1993 som den första i en lång serie böcker där landskap, regioner, städer och öar utgör scenen för recept med lokal anknytning. På 1990-talet fick bland annat Helsingfors, Lahtis, Saariselkä, Österbotten, Åland,

I avsnittet om vilt i broschyren *Rena råvaror* åskådliggörs hur de olika köttbitarna åtskiljs av hinnor. I texten betonas att kunskap om anatomi och djurets olika delar är en nödvändighet för att inte förstöra köttet då bytet styckas.



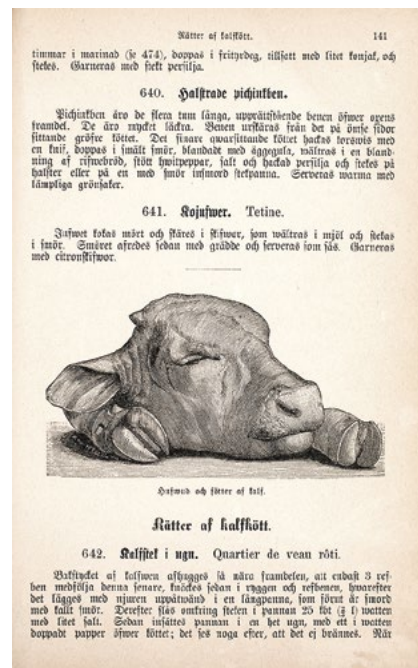
Tavastland och Egentliga Finland sina egna matböcker.<sup>18</sup> Regional mat representerar en symbolisk rumslighet och gör maten till en upplevelse. Likaså kan man omvänt via maten göra mentala resor till olika platser.<sup>19</sup>

Därmed är vi också i Finland framme i det stämningsskapande bildspråk som har dominerat i nordiska kokböcker på 2000-talet, med början från den tidigare nämnda boken *Rosendahls Trädgårdscafé* av Monika Ahlberg från 1994.

Finns det då någonting kvar av det gamla sättet att illustrera mat? En läsare från 1800-talet som fick en av dagens kokböcker i sin hand, skulle kanske ha svårt att uppfatta att det är en kokbok. Så dominerande är bilderna i dag. Men för att återgå till marthabroschyren *Rena råvaror* finns det enstaka illustrationer som kan jämföras med de tidiga kokboksbilder som här representeras av Gustava Björklunds kokbok.

Illustrerade handlingar med närbilder av händer som skalar, styckar, rör om och så vidare, ingår i kokbokslitteraturen ända från Gustava Björklund. Matlagning är en praktik, ett handgripligt görande och bilderna är undervisande, de klagör greppen, verktygen, råvaran. I vidstående bild ur *Rena råvaror* är ett stämningmoment tillagt: handlingen äger rum utomhus och inte i köksmiljö. Kontrastfärgerna möts i det röda köttet och den gröna marken som skymtar i bakgrunden.

Att avbilda råvaran finns också fortfarande med i måltidslitteraturen. I följande exempel är visserligen skillnaden den att korna och kalvarna på den ena bilden står levande i





#### Varm sallad

#### Ingredienser

- 1 burk kikärter
- 1-2 buketter färsk broccoli eller 250 g fryst
- en näve cocktailtomater
- 1 rödlök
- 2 paket skivad parmesanska
- en bit god ost med smak
- olivolja, vit balsamvinaiger eller citronsaft
- salt och peppar

#### Anvisningar

Öppna burken med kikärter och sila av spadet. Koka upp kikärterna i en kastrull med lite vatten, tillsammans med broccoli skuren i buketter. Låt tillsammans koka ett par minuter tills broccoli är halv mjuk. Sila av vattnet och ringla på olivolja och citronsaft. Dela tomaterna och rör ned i kastrullen tillsammans med strömad rödlök. Krydda med salt och peppar. Här du en bruschettakrydda hemma, det vill säga

Trots ett tidsspänn på drygt 130 år finns det likheter i hur matmotiv arrangerats. Här en jämförelse mellan Gustava Björklunds kokbok och ett recept från Marthaförbundets webbplats, där motsvarande bildspråk som i förbundets matbroschyrer används.

sin hage, medan kalven på den andra bilden är styckad och avbildas som huvud och klövar. Trots likheterna mellan det levande och det döda djuret är kontexten och hur bilderna kan förstås historiskt väldigt olika.

Kalvarna på fotografiet signalerar välmående produktionsdjur och trots att de är ”råvaran” i broschyrens recept, representerar de i första hand värden som hållbarhet, miljö och närproduktion. Även om en grafisk bild inte är en realistisk avbildning finns det många djur som inte skulle få en så positiv genklang om de avbildades döda och styckade. Det är i första hand fisk, skaldjur och fågel som avbildas fångade och döda.



hare på spett.

I Gustava Björklunds kokbok från 1849 är de djur som avbildas realistiskt framställda i den process som ingår i själva tillredningen. Undantaget är fiskar som avbildas "levande" som olika arter på undervisningsplanscher.

## AVSLUTNING

Broschyren *Rena råvaror* som presenterade producenterna i autentiska miljöer, kom ut 2011 med anledning av att den finlandssvenska matkulturdagen fyllde tjugio år. Sedan dess har intresset för närproducerat, ekologiskt framställt, mathantverk etc. hållit i sig och rent av ökat. I dag är REKO-ringarna, ett nätverk med direktförsäljning som finns på omkring 70 orter i Finland, mycket populära och orsaken är förmodligen att de ger matens ursprung ett ansikte i och med att man vid uppköpen träffar producenten.<sup>20</sup>

Intresset för "äkthet" och det regionalt och lokalt specifika har också förstärkts ytterligare under de senaste åren. I restaurang Nomas köl-

vatten dök många finska restauranger upp som likaså lyfter fram det lokala och unika som matmanifestet betonade. Exempelvis restaurang Ask i Helsingfors presenterar sig på sin webbplats så här:

*We source our produce from small farmers and producers. All products comes from organic or biodynamic farming, except the game, wild fish and other foraged products. Our inspiration comes from the nature, the environment and the people around us.<sup>21</sup>*

De få bilder som finns på restaurang Asks webbplats, visar råvaror i närbild – rotsaker men också grenar och bark som associerar till naturen. Maten har på 2000-talet blivit en upplevelsekultur, en miljöfaktor och i hög grad en statusmarkering. Skogens granskott och vilda örter representerar det exklusiva och estetiska uttrycket, som genomsyrar hela konceptet från råvarornas förädling till design i form av servis, bestick, glas och inredning.<sup>22</sup>

När Finland firade 100 år av självständighet 2017 fanns också maten med bland de otaliga jubileumsprojekt och -program som föreningar, organisationer och institutioner ordnade. Sommaren 2016 inleddes en publikomröstning om Finlands nationalrätt. I första omgången uppmanades alla ge förslag på vilken rätt som kunde representera landets matkultur. En jury tog därefter fram tolv förslag utgående från resultatet av röstningen. I andra omgången röstade publiken på någon av de tolv maträtter som alla representerade vardaglig mat: fisksoppa, karelsk pirog, rågbröd, karelsk stek, ärtsoppa etc. Rätterna fotograferades och beskrevs på ELO-stiftelsens (stiftelsen för finländsk matkultur) webbplats.<sup>23</sup> I fotografierna är den finska naturen starkt närvarande, framför allt skogen, men också färgerna och kärlden associerar till någonting äkta och jordnära. Även om maten är fotograferad i närbild och sålunda står i fokus, framkallar bildspråket en känsla.



Påskdesserten memma var ett av de självklara förslagen när Finlands folk röstade fram landets nationalrätt.

Alla trender avtar i något skede. Hur den nordiska maten presenteras om några decennier är omöjligt att förutse. Det känns emellertid som om medvetenheten om jordens begränsade resurser och en ökad medvetenhet om den industriella matproduktionens avigsidor skulle erbjuda Norden en nisch också framöver. Hållbarhetstankegångarna går hand i hand med närheten till den nordiska naturen, allemansrätten och traditionerna. Av dessa föds stämningsskapande naturbilder och maten i måltidslitteraturen presenteras ofta i utomhusmiljöer. I Marthaförbundets broschyr *Rena råvaror* är miljöerna och naturen en viktig faktor i den visuella kommunikationen. Stämningen är igenkännande och inkluderar den finlandssvenska målgruppen. I presentationen av nationalmaträtterna drygt fem år senare har skogen och det vilda en tydligare roll. Men då handlar det om att förmedla Finlandsbilden, de tusen sjöarnas land. I dag har mat på bild således som uppgift att framkalla känslor och stämningar som smakförhöjare.

## NOTER

- 1 Föreningen Martha grundades 1899 under namnet "Bildning i hemmen" för att sprida folkbildning till alla kvinnor i Finland – dels som hustrur och mödrar, men också som samhällspåverkare. Föreningens första ordförande var Lucina Hagman. År 1924 delades kvinnoorganisationen språkligt i finska Marttaliitto och Finlands svenska Marthaförbund. Tillsammans var de landets största hushållsrådgivningsorganisation och är ännu i dag livskraftiga aktörer och samhällspåverkare med nästan 60 000 medlemmar varav drygt 9 000 är svenskspråkiga. I dag ligger Marthaförbundets verksamhetsidé fortfarande rätt nära målsättningen i Marthas barndom – att sprida kunskap och erbjuda utbildning i frågor med anknytning till kvinnans vardag och en hållbar livsstil. Då som nu är målgruppen hela befolkningen. Se historiken på förbundets webbplats <https://www.martha.fi/sv/forbundet/historik/>. Vid sidan av otaliga andra aktörer, allt från aktörer inom ministerier till lokala odlingsringar, som i dag driver frågor om matens betydelse för hållbarhet, hälsa, ekonomi är Marthaförbundet ett starkt varumärke och Finlands största kvinnonätverk. Se även Liljeborg-Elgert (red.) 1999.
- 2 SLS 2218 Matkultur 2011, Svenska litteratursällskapet i Finland. Intervjuer med matproducenter och odlare om hållbarhet och drivkraft. Intervjuerna användes för broschyren *Rena råvaror. En matresa genom Svenskfinland*, utgiven av Finlands svenska Marthaförbund.
- 3 Carlström 2010.
- 4 Pettersson 2003, 491
- 5 Jfr inledningen i denna bok.
- 6 Grunden för hållbar, ekologisk och ekonomisk hushållning fanns i Marthaförbundets fundament ända från början. Slow Food-rörelsen från 1989, matmanifestet från 2003 och programmet "Ny nordisk mat" från 2005 har enbart stärkt rörelsens aktualitet, sett i ett internationellt perspektiv.
- 7 Bergström 2012, 98
- 8 Stam 2012. Se även Bergström 2012, 208.
- 9 Jfr Pétursson i denna bok.
- 10 Jfr Reksten och Österlund-Pötzsch i denna bok.
- 11 Programmet "Ny nordisk mat II", <http://arkiv.nynordiskmad.org/om-nnm-ii/om/>.
- 12 Lidman 2013, 29.
- 13 Söderling 2012.
- 14 Lindqvist 2009, 133.
- 15 Olsoni 1901, förordet.
- 16 Runa Melander var föreståndare och centralgestalt vid Högvalla seminarium i huslig ekonomi i Hindhår nära Borgå. Skolan verkade mellan åren 1908 och 1996 och gav generationer av finlandssvenska kvinnor kunskap via yrkesutbildning eller kortare kurser. En stor del av recepten i kokboken användes i undervisningen.
- 17 Internationellt har den informativa tecknade illustrationen alltjämt en plats i kokböcker, jfr Shapiro 2013.
- 18 En lista över dessa böcker finns på företaget A la cartes webbplats, <http://alacarte.fi/kirjatilaus/>.
- 19 Heldt Cassel 2003, 56–57
- 20 REKO är en avtalsmodell för handel mellan en grupp producenter och en grupp konsumenter. Konsumenterna beställer mat av närmatsproducenter direkt utan mellanhänder. På webbplatsen Eko Nu! finns en lista (uppdaterad 18.4.2016) med 64 REKO-ringar. Man uppger att ringarna ökar så snabbt i antal att det är omöjligt att hålla listan uppdaterad.
- 21 Se Asks webbplats, <http://restaurantask.com/>. Ask valdes till årets restaurang 2014 och fick en Michelin-stjärna 2016.



- 22 Restaurang Finnjäväl som öppnade i Helsingfors 2016 anlidade designers för hela inredningen och alla kärl. Restaurangen var verksam i två år och på dess webbplats räknade en klocka antalet dagar, timmar och minuter som restaurangen ännu hade öppet. Med en tidsgräns ville man betona det unika med projektet. Restaurangupplevelsen skulle inte vara tillgänglig för evigt. Jfr Larsen och Burstedt i denna bok.
- 23 Finalisterna i tävlingen ”Finlands nationalrätt”, <http://www.elo-saatio.fi/finalisterna2>.

Hanne Pico Larsen

# På jakt efter sniglar och berättelser

*Vildplockat som motiv och praktik i det nya nordiska köket*

År 2003 träffades ett antal kokkar från de skandinaviska länderna och startade det Nya nordiska köket, en kulinarisk skapelse och identitetsrörelse som fick understöd också av politiker.<sup>1</sup> De satte upp en samling regler och förordningar med målet att skandinaverna skulle få äta sådant som var rent, färskt, enkelt och självfallet nordiskt.<sup>2</sup> Den banbrytande stjärnkocken René Redzepi på den högt prisade nordiska flaggskeppsrestaurangen Noma, banade vägen med ett manifest för ny nordisk mat. Ivriga matfantaster världen över har nära följt Redzepi och därigenom gett hans speciella kök ryktbarhet.

Ett gemensamt drag för all mat i det nya nordiska köket är att den åtföljs av en berättelse om naturen och om ”matjakten” samt en viss uppsättning av dygder och värderingar som strävar mot en *jordnära* livsstil. Mat är både dramatiskt och performativt<sup>3</sup> och kan till och med anses vara en konstform:

*Att äta är en upplevelse av kombinationen kropp och själ. Kroppen smakar, luktar, ser, hör, känner och smälter maten. Våra sinnen läser medvetet och omedvetet av maten, samtidigt som känslor och minnen aktiveras.<sup>4</sup>*

Jag hävdar att det finns minst en dimension till av denna upplevelse och tolkning, nämligen den mångfald av berättelser som serveras till maten: berättelser om *terroir*, om insamlingen av maten samt om den kreativa process som ligger bakom skapandet och tillagningen av nya rätter.<sup>5</sup> Berättelser som serveras före, under och efter måltiden för bildligt talat konsumenten ut i den fria naturen. När den som intagit måltiden återvänder från sin kulinariska resa och redogör för sin upplevelse fogas ytterligare lager till berättelsen. En av förklaringarna till det nya nordiska kökets framgång har uttryckligen varit att man förmått konsumenterna att ivrigt lyssna till dessa beskrivningar och att René Redzepi har varit särskilt talangfull inom detta slags berättande.

År 2011 följde jag med en av restaurang Nomas samlare, Roland Rittman, ut i den svenska naturen för att håva in berättelser och sniglar. Som många etnografer före mig följde jag mitt objekt – i mitt fall följde jag sniglarna till Nomas kök för att höra olika berättelser om den maträtt som de skulle ingå i. Hur ter sig beskrivningar av insamlande, kreativa processer i restaurangköket och slutligen matgästens respons när en enkel rätt i form av en snigel och krasse skapas?

Berättelser som dessa, formulerade inom den kulinariska traditionen i det nya nordiska köket, bidrar till att illustrera filosofin bakom och lockelsen med en jordnära livsstil.

Inom trenden att inkludera vildplockad mat i den nya nordiska gastronomin är entreprenören Roland Rittman en pionjär.





## TERROIR, SAMLANDE OCH NOMA-FILOSOFIN

Terroir, den smak en plats unika egenskaper ger en produkt, för ofta tanken till brukat land eller mänskligt territorium som tar över den naturliga världen. Man kan tänka på det kända exemplet med den franska klassifikationen av viner, som härrör från en specifik tradition av odling. Frankrike har under flera decennier varit känt för sina mångahanda områden med olika slags terroir. Under senare år har emellertid platser utanför Frankrike alltmer börjat uppskattas för sin egen unika terroir – även om dessa nyligen upptäckta områden kanske ännu är vagt kommunicerade och utforskade.<sup>6</sup> I dag hävdas till och med att ”tiden är inne för Amerikas terroir”.<sup>7</sup> Terroir hänförs vanligen till vissa grödor eller skördar: champagne från Champagne, choklad från Chiapas, kaffe från Kenya och potatis från Yukon. I filosofin om det nya nordiska köket hänvisar emellertid terroir också till kvaliteten som finns i det vilda när man vill garantera ett unikt kulinariskt kapital. Nomas tidigare anställda ”husantropolog” Mark Emil Hermansen har sagt följande:

*Uppfattningen om att särskilda kvaliteter finns inneslutna i begreppet terroir och det lokala köket, utvecklas till en manifestation av de dagliga göromål som är relaterade till uppfattningen om identitetsgränser. Terroir kanske inte alltid uttrycks i klartext, men är trots det en viktig kulturell kategori för sambandet mellan en identitet och landskapet som uttrycks i de lokala köken.<sup>8</sup>*

Att terroir är något uttryckt är sannolikt en överdrift, eftersom nästan alla regioner har specifika områden som har samband med terroir och viktiga berättelser kopplade till råvaror som odlas där.<sup>9</sup>

Det nya nordiska köket, och följaktligen dess terroir, handlar i grunden om en traditionell bild av den obrukade, ursprungliga, vilda och

friska nordiska naturen och denna sinnebild uppväcks i varje enskild aspekt av matlagningen. René Redzepi är mycket noga med att inlemma den naturliga världen i människans domäner och att skapa förkroppsligade versioner av den nordiska naturen. För honom gäller att ”riktig matlagning sker utan krumbukter, den är rejäl och följer alltid ett förlopp från produktens naturliga miljö, som är obrutet när maten hamnar på tallriken”.<sup>10</sup> Enligt Redzepi är köksmästarens roll inte bara att laga mat, utan även att förstå råvarans villkor och att göra så lite som möjligt med den när maten tillagas – vilket ger utrymme för det unika i en snigel eller krasse. Med andra ord är Redzepis mål att ha minsta möjliga avstånd mellan det råa och det tillagade, och att låta det naturliga behålla sina vilda element. Syftet är att komma så nära naturen som möjligt genom att göra så lite som möjligt med råvaran, ta ett steg bakåt från det uppodlade och våga sig ut i naturen. På detta sätt kommer maten – ingredienserna – att spela en mycket aktiv roll som mellanhand. Enligt samma resonemang hävdar matskribenten Rowan Jacobsen att terroir innefattar mer än bara geologi:

**”DET NYA NORDISKA KÖKET, OCH FÖLJAKTLIGEN DESS TERROIR, HANDLAR I GRUNDEN OM EN TRADITIONELL BILD AV DEN OBRUKADE, URSPRUNGLIGA, VILDA OCH FRISKA NORDISKA NATUREN OCH DENNA SINNEBILD UPPVÄCKS I VARJE ENSKILD ASPEKT AV MATLAGNINGEN.”**

*Det handlar om ett partnerskap mellan individen, växterna och miljön när något unikt ska erbjudas människorna. Jordmånen och klimatet ställer kraven medan växter, djur och svampar uppfyller dem och därefter avgör människorna hur allt det goda ska utvinnas i form av mat och dryck.<sup>11</sup>*

För mig är den viktigaste utgångspunkten när det gäller insamling av mat för det nya nordiska köket den uttalade betoningen på att ”förnimma” naturen och det nästan förtroliga förhållandet till dess produkter. Utifrån denna kunskap, och under insamlandet, skapas

passionerade berättelser som konsumenterna kan ta till sig. Eftersom beskrivningen av varje enskild ingrediens kan spåras, borgar detta för äkthet.<sup>12</sup> Även om inte alla berättelser dukas fram vid bordet, bjuds konsumenten på en inbäddad kunskap, eller ett ”materialiserat minne”<sup>13</sup> av den nordiska natur i viken kocken har samlat in de råvaror som tillagas och serveras. Varje rätt och samtliga komponenter blir till en berättelse medan kockarna och servitörerna redogör för ingredienserna och inte sällan ger instruktioner om hur maten ska ätas. Varje matvara serveras tillsammans med sin ”livshistoria”. När det gäller relationen till grönsaker, boskap och jordbrukare formuleras, odlas och förfinas en nära nog förtrolig kunskap om ursprunget så att konsumenten får konsumera en äkta vara som tilltalar hans eller hennes sinnen och värderingar.<sup>14</sup>

#### PÅ SAMLARTUR MED REDZEPI OCH RITTMAN

René Redzepi har hyllats världen över som ”den store samlaren”<sup>15</sup> och som den ultimate närmats hjälten. För att leva upp till bilden av den opretentiöse naturälskaren låter sig Redzepi ofta fotograferas i samma gamla tröja, gamla gummistövlar och med vind i håret mot fonden av en dyster dansk himmel.<sup>16</sup> För honom är det viktigt att varje linjekock på Noma har varit med och samlat in råvaror och vet varifrån de härstammar.<sup>17</sup> Berättelser om expeditioner tillsammans med Nomas kockar har blivit mer eller mindre symboliska och som en journalist har uttryckt det: ”Jakten på vild mat har blivit så chic på senare år att en bloggare hos eater.com har kallat denna tidsålder ’I Foraged with René Redzepi Piece.’”<sup>18</sup>

Samlarturerna hade redan varit en integrerad del av det nya franska köket.<sup>19</sup> Alice Waters vid Chez Panisse i Berkeley, Kalifornien anses vara den första krögaren som på 1970-talet skapade en plattform åt

samlaren. Och med samlare avsågs en person med uppdraget att ”leta upp de bästa lokala ingredienserna och etablera ett samarbete med jordbrukare och leverantörer”.<sup>20</sup> Alice Waters och *nouvelle cuisine* föredrog vanligen det franska köket. Redzepi tog samlandet ytterligare ett pinnhål högre och satte en ära i att skapa maträtter i vilka insamlade lokala och säsongsbetonade råvaror kondenserades till ett danskt kök,<sup>21</sup> och fortfarande i dag strövar han energiskt omkring i sin närmaste omgivning och försöker förstå och tolka den danska naturen, kulturen och historien och sålunda skapa den kulinariska framtiden. Men han har inte alltid vandrat ensam. Lite på samma sätt som Alice Waters, började Redzepi med att bygga upp ett nätverk av lokala lantbrukare och samlare. På det sättet träffade han den nu legendariske samlaren Roland Rittman från Anderslöv i Sverige, som själv aktivt letade efter fler kunder till sitt nya företag, i synnerhet bland krogar, när det begav sig 2004. Enligt Redzepi ringde Rittman en dag ”för att fråga om vår restaurang ville fokusera på skandinavisk kokkonst och om vi i så fall kunde tänka oss att i våra menyer inkludera svampar och vilda växter från södra Sverige”.<sup>22</sup> När han erbjöd den nyöppnade restaurangen Noma örter med smak av koriander, lade han grunden till någonting nytt. De två blivande affärsmännen hade kärleken till naturen gemensam. Rittman påminde Redzepi om att alla mänskliga varelser en gång hade varit samlare, och att denna latent gen väntade på att väckas till liv. Enligt Rittman ”hade människorna så länge siktat in sig på materiella värden och rikedomar att en motreaktion i riktning mot det som var ärligt och ursprungligt utan tvivel kunde motses”.<sup>23</sup> Och så blev det – Noma skulle inom kort komma att ha som ambition att servera det ärliga och ursprungliga, medan Rittman levererade en del av råvarorna. Deras ömsesidigt inspirerande förhållande har kanske trappats ner en aning eftersom Noma i stor skala numera samlar själv. Roland Rittman







är emellertid fortfarande en oskiljaktig del av berättelsen om Noma, dess visioner och drömmar, och porträtteras på detta sätt i två av restaurangens kokböcker.<sup>24</sup>

Under de första åren av Nomas verksamhet blev hållbarhet ett mantra i enlighet med den globala trend som påbjöd att ”om du inte gör någonting för miljön, gör du fel någonstans”.<sup>25</sup> Detta överensstämmer med en förhärskande fruktan hos matfantaster världen över gällande det industriella livsmedelssystemet och dess konsekvenser med hälsoproblem, ekologisk ödeläggelse och social orättvisa.<sup>26</sup> Noma skapade redan tidigt ett nätverk av lokala producenter som var mycket miljövänliga, och hade därför ett försprång i rörelsen som kan benämnas ”det naturliga köket”,<sup>27</sup> ett kök som uppstod efter ett decennium av innovationer och råvarumanipulering. Liksom Rittman hade förutspått var tiden inne och budskapet gick hem.

Under den regniga sommaren 2011 åkte jag till södra Sverige för att delta i insamlandet av vild mat tillsammans med Roland Rittman. Hans företag har specialiserat sig på att plocka och sälja ett stort urval av örter, svampar och bär. Dessutom säljer Rittman produkter från lokala jordbruk i Skåne i södra Sverige. Hans affärsidé startade med att han plockade svampar och sålde dem på det lokala torget. Han blev småningom intresserad av annan vilt växande mat som kunde samlas in i hans närmiljö och började informera sig om ätliga örter. Enligt Rittman ledde det till att företaget började utvecklas.

Efterfrågan på spännande och lokalt odlade livsmedel och örter, som ofta förbises, tog fart bland samtida nordiska köksmästare. I dagsläget syster sätter Roland Rittman en grupp samlare och han säljer sina produk-

Författaren deltar i insamlandet av strandörter med proffsplockarna vid Roland Rittmans företag.

ter till finkrogar i samtliga nordiska länder. För restaurangerna erbjuder de insamlade örterna inte bara nya intressanta aromer på menyn, utan samtidigt en berättelse om terroir som handlar om proveniens, historia och den nordiska naturen. Sådana berättelser har redan under många år väckt intresse, inte bara i Norden utan i hela världen. Detta intresse stämmer väl med efterfrågan på nya upplevelser, exempelvis när man handlar livsmedel eller äter middag.

Under den regniga veckan i augusti 2011 då jag hälsade på, skulle Rittman plocka tusen sniglar åt Noma. Han visste inte hur de skulle tillredas, bara att det gällde en maträtt som innehöll lite snigelremoulad. Jag blev naturligtvis nyfiken, men fick vackert vänta. Först skulle sniglarna plockas. Tillsammans satte vi igång med det taktfasta samlandet i den blöta svenska naturen, som nog är bäst känd genom kriminalitet och mord i Kurt Wallanders landskap, som det har beskrivits av Henning Mankell.<sup>28</sup> Rittman berättade att just denna stjärningrediens, vinbergssnäcken, *Helix pomatia*, introducerades i Sverige av utländska munkar under medeltiden för att utgöra föda under påskens fasta, eftersom sniglar är ryggradslösa djur och rent tekniskt inte räknas som kött.

Så fort jag tvättat mina jordiga händer följde jag med fångsten till Nomas kök, där den tidigare souschefen Torsten Vildgaard berättade om den kreativa processen bakom den rätt som sniglarna skulle användas i.

### MATLAGNING MED VILDGAARD OCH REDZEPI

Det började med indiankrasse, den välsmakande ätliga blomman. Kockarna på Noma ville servera den som en speciell rätt, men någonting saknades. De funderade över växtens liv och föreställde sig att en snigel kravlade in eller ut ur blomman. Så föddes idén om att göra ett blomsterarrangemang med krasse, med sniglar som kröp ut och in ur

det. För att få snigeln att fästa vid blomman tillsatte man lite snigelremoulad (ett slags pikant sås eller salladsdressing som påminner om majonnäs), som samtidigt tillför en krämig struktur och komplexitet till maträtten. Rätten står redan på bordet när matgästerna anländer. Enligt Torsten Vildgaard är många gäster mycket nervösa vid sitt första besök och undrar vad man kan förvänta sig av världens bästa restaurang. Därför skojar man lite med gästerna: ”Er inledande aptitretare är redan serverad.”<sup>29</sup> Denna provocerande färgstarka och utstuderade rätt är tänkt att föra fram budskapet att det hos Noma kan hända att man ruckar på mallarna för finare matlagning: hos oss äter man blommor, sniglar och jord, ofta utan bestick. Det är en mycket taktill middagsupplevelse med syftet att gästen ska få en omedelbar känsla av tid och rum: exempelvis uppleva marken i den nordiska skogen, snigelns hem.

I Redzepis dagbok finns en annan berättelse om historien bakom rätten. Den ikoniske franske köksmästaren Michel Bras ska besöka restaurangen. Bras är särskilt känd för att han uppskattar och väl känner till grönsaker och växter. Det ligger iver i luften:

*Vi har varit i elden de tre senaste dagarna och för varje dag som går inser jag hur stort inflytande Michel Bras har på våra beslut just nu. När vi planerade våra nya idéer i morse (någonting med blomkål, låt mig se – vi har blommor, lök och bär, sniglar finns det överallt, vi kan leka lite, ha kul) återkommer ständigt samma fråga: skulle Michel Bras gilla detta? ...*

*Tre idéer fungerade mycket bra i dag, i synnerhet det vi gjorde med krasseblommorna och de vilda sniglarna. (Recept medföljer.) Jättelika, fluffiga grannröda blommor fyllda till brädden med syrad grädd och finhackat snigelkött, toppade med en mör, glaserad vild snigel. Torsten lyfte försiktigt upp blomman och smålog medan han granskade den. ”Killar, detta är helt galet. Det ser faktiskt ut som om en snigel är på väg ut ur*

*blomman. Kanske ska vi stoppa ner dem i blomkrukor med ätbara kvistar?”  
Vi hämtade en blomkruka från bottenvåningen och krassen passade  
perfekt. Det var inte möjligt att se någon skillnad förrän man plockade  
blomman och stoppade den i munnen. Roligt? Testa gärna.<sup>30</sup>*

Det här citatet visar att snigeln tillagas, men nästan återgår till sitt ursprung, vilket korrelerar med filosofin att göra minsta möjliga med råvarorna. Det framhäver också paradoxen med hur mycket hårt arbete som krävs för att skapa en till synes *enkel* rätt.

Det medföljande receptet är förstås en annan historia och visar hur rätten inte alls är särskilt enkel:

#### *Krasse med kokta sniglar*

Remouladsås med sniglar

*12 levande sniglar  
50 g vitt vin  
1 vitlöksklyfta  
1 kvist timjan  
2 kvistar myskmadra  
2 g hackad persilja  
20 g majonnäs  
10 g crème fraîche  
0,5 g salt plus lite extra  
0,5 g vittvinsvinäger  
2 g äppelbalsamvinäger  
3 g senap*

Till servering

*4 indiankrasseblommor*

Remouladsås med sniglar

*Placera snäckorna i en gryta. Häll kokande vatten över och sjud under 1 minut. Kyl, och ta sniglarna ur sina skal. För över dem i en kastrull tillsammans med vin, vitlök, timjan och myskmadra, och tillsätt vatten så att det täcker. Brässera i 1 timme 30 minuter eller tills sniglarna är möra. Knipsa av huvudet. Spara två sniglar och finfördela resten. Blanda de hackade sniglarna med persilja, majonnäs, crème fraîche, salt, vittvinsvinäger, äppelbalsamvinäger och senap. Krydda, för över i en spritpåse och förvara i kylan.*

Vid servering

*Halvera de sparade sniglarna. Spritsa ut lite snigelremoulad i krasseblommorna och placera en halv snigel i varje. Salta. Arrangera singelhalvorna och blombuketten på en flat tallrik.<sup>31</sup>*

## EN MÅLTID MED REDZEPIS SNIGLAR OCH KRASSE

Enligt Redzepe var Michel Bras förtjust över sin upplevelse hos Noma. Den blev inledningen till en kulinarisk vänskap.<sup>32</sup> Bilder samt fler redogörelser för detta middagsäventyr och denna speciella anrättning, skrivna av matrecensenter, professionella bloggare och även privatpersoner, har cirkulerat på webben och därigenom tillfört nya skikt till berättelserna.<sup>33</sup> En matbloggande gäst hade synpunkter på rätten:

*Den första lilla aptitretaren, indiankrasse och sniglar, stod redan på bordet och utgjorde en anseelig del av blomsterarrangemanget. Snigeln, från Sverige, var innesluten i blomman tillsammans med litet remouladsås. Vi tog den vilda krassen direkt från bordsuppsatsen och åt den i en munsbit enligt instruktionerna. Det var en mycket lustig, bisarr och välsmakande inledning till vårt måltidsäventyr.*

*Det som ursprungligen väckte mitt intresse för Noma för flera år sedan var beskrivningen av en kökschef som på nya fascinerande sätt använde ingredienser från ett område som inte var särskilt känt för sitt inhemska kök och som av dem skapade en ny nordisk kulinarisk form. Både krassen och snigeln liksom resten av måltiden gick i samma stil.<sup>34</sup>*

En annan gäst var fascinerad, förtjust och överraskad, trots att han hade läst om detta tidigare:

*Det här var en riktigt rolig rätt. Alldeles i början av måltiden sade servitören ”er första rätt finns redan på bordet” och han tog de två blomvaserna som stod framme och sade ”den här gula blomman är ätlig och innehåller en snigel. Ni kan äta hela blomman. Ni kan äta kvistarna också”. OTROLIGT. Vilket enastående koncept! Vi hade läst om detta tidigare men såg trots det ingenting konstigt med blomvaserna. DENNA ANRÄTTNING VAR MED ETT ENDA ORD: UNDERBAR!<sup>35</sup>*



Historien om sniglarna slutar här, men är ett exempel på hur berättelser som skapas lager på lager – som den om en enkel maträtt serverad på en världsberömd Michelinkrog – vecklas upp.

## AVSLUTNING

Ett gemensamt drag för produkter och maträtter från det nya nordiska köket är att de serveras tillsammans med berättelser om hur de samlas in, och om naturen. Härigenom utgör naturberättelsen en viktig fortsättning på restaurangupplevelsen. Ofta finns en tydlig skillnad mellan den fysiska omgivning, som skapats av människor i restaurangen, och själva naturen. På flera krogar med temat det nya nordiska köket gäller dock att ju viktigare denna nordiska terroir är, som genom berättandet inkluderas i måltiden, desto mer förtrollande blir föreställningen om en kökschef som vågar sig ut i en gränslös och orörd natur och samlar in sitt vilda byte för att sedan återvända och laga till och servera det i restaurangen. Konsumenten förs bildligt ut i naturen. På detta sätt blir besöket på restaurangen och middagsupplevelsen ett förlängt äventyr genom olika lager av berättelser om maten och dess terroir vilket utgör ramarna för det som sedan ska ätas.

Som vi har sett deltar många människor i berättandet: köksmästaren själv (både som ivrig samlare och som kokboks författare och kock), souschefen, samlaren Rittman, etnografen, matgäster, bloggare, recensenter, fotografer och kanske rent av själva snigeln. Redzeپی är i sin egenskap av stjärnkock den felande länken, den som iklär sig rollen att kontrollera alla delar av

**”ETT GEMENSAMT DRAG FÖR  
PRODUKTER OCH MATRÄTTER FRÅN  
DET NYA NORDISKA KÖKET ÄR ATT  
DE SERVERAS TILLSAMMANS MED  
BERÄTTELSE OM HUR DE SAMLAS IN,  
OCH OM NATUREN.”**

Skånska vinbergssnäckor  
– innan de blir huvudaktörer i  
restaurang Nomias kulinariska  
och dramatiserade berättelse.



berättelsen och samtidigt serverar oss naturen. Han rör sig smidigt mellan naturen och kulturen, förstår sig på båda och blir därigenom autentisk. En enkel rätt som sniglar och krasse förvandlas snabbt till en konstellation av ett flertal berättelser om insamlande, terroir, matlagning, tradition och värden. Det öppet teatrala och performativa runt maten i fråga<sup>36</sup> tonas ner och komprimeras till en berättelse om det nya nordiska kökets förtjänster och smaker. Därefter serveras rätten och vi får avnjuta den till synes anspråkslösa snigeln. Till sist deltar vi, som konsumenter, i själva berättelsen och blir jordnära under processen.



I september 2015 meddelade René Redzepi att Noma skulle stängas vid årets slut. Redzepis nya äventyr, också kallat Noma, är en urban ”jordbruksrestaurang” i Köpenhamn. Den störste av ”matjagande” köksmästare har alltså blivit jordbrukare. I den nya restaurangen, som öppnade 2018, är menyn till 100 procent säsongsbetonad och det verkar som om restaurangen har lyckats hålla fingret på pulsen när de gäller matrender. De första recensenterna hävdade att den nya restaurangen till och med är bättre än den gamla. En brittisk tidskrift skrev: ”Noma är tillbaka. Den är bättre än den förra och får den gamla att verka amatörmässig i jämförelse. När man trodde att Noma inte skulle kunna överträffa sig själv, har just detta hänt.”<sup>37</sup>

## NOTER

- 1 Byrkjeflot, Strandgaard Pedersen & Svejenova 2013.
- 2 Se inledningen i denna bok.
- 3 Kirshenblatt-Gimblett 1999 och 2007; Larsen 2010.
- 4 Kragh Jacobsen 2013, 18.
- 5 Jfr Pétursson i denna bok.
- 6 Bell & Valentine (eds.) 1997.
- 7 Jacobsen 2010, 3.
- 8 Hermansen 2012.
- 9 Jacobsen 2010; Trubek 2008; Larsen & Österlund-Pöttsch 2015.
- 10 Redzepe (tv-intervju) 2010.
- 11 Jacobsen 2010, 4.
- 12 Kopytoff 1986.
- 13 Van Wolputte 2004, 260.
- 14 Appadurai 1988; Zukin 2008.
- 15 Richman 2010.
- 16 Se t.ex. Kramer 2011 och omslaget till *Time Magazine* 26.3.2012.
- 17 Redzepe (intervju) 2009.
- 18 Kramer 2011.
- 19 Jönsson 2013; Spang 2000.
- 20 Smith 2009, 259.
- 21 Redzepe (intervju) 2009.
- 22 Redzepe 2010, 348.
- 23 Redzepe 2010, 348.
- 24 Redzepe & Meyer 2006; Redzepe 2010.
- 25 Redzepe 2010a.
- 26 Johnston & Baumann 2010.
- 27 Redzepe (tv-intervju) 2010.
- 28 McCorristine 2011.
- 29 Vildgaard (intervju) 2011.
- 30 Redzepe 2013a, 126–127.
- 31 Redzepe 2013b, 144.
- 32 Bulow, <http://www.epicurious.com/archive/chefsexperts/celebrity-chefs/rene-redzepe-interview>.
- 33 Jfr Burstedt i denna bok.
- 34 Sconzo 2010.
- 35 <http://www.foodspotting.com/reviews/1147729>.
- 36 Kirshenblatt-Gimblett 1999 och 2007; Larsen 2010.
- 37 Lee 2018.



*Anna Burstedt*

# Lyxrestauranger – en smakfråga

*En studie av svenska restaurangguider*

**En** fascinerande fråga när det gäller restaurangkritik och restaurangguider är hur dessa framhåller smakdistinktioner, men samtidigt har en strävan att subjektiva upplevelser ska uppfattas som objektiva normer. Relationen mellan fysiska upplevelser och en abstrakt uppfattning om god respektive dålig smak är en aspekt av smaken på mat.<sup>1</sup> Denna artikel tar avstamp i en genomgång av svenska restaurangguider för att se hur dessa uttrycker uppfattningar om vad som är god smak. Det förefaller som om man inom restaurangindustrin är överens om vad som menas med gourmetkrogar, förstaklassrestauranger och lyxrestauranger. Termerna är inte synonyma, men utgör samtliga beteckningar för matställen i mästarklass i restauranghierarkin. Graderingen av restauranger som fina, luxuösa och av gourmetklass innefattar uppfattningar om det som anses vara ”god smak”. Min utgångspunkt är därför hur lyxkrogar klassificeras via sin kulturella särprägel.

Inom restaurangbranschen finns en gradering som slår fast att vissa restauranger är finare än andra. Längst ner på skalan hittar man barer och snabbmatsrestauranger. Högst uppe finns lyxrestauranger och de matställen som definieras som bättre och finare. Etniska restauranger placerar sig ofta någonstans i mitten av skalan när det kommer till såväl prisnivå som status.

Syftet med denna artikel är att diskutera hur skillnader i smakhänseende har skapats och vuxit fram i svenska restaurangguider sedan sent 1980-tal. Genom att granska hur guiderna definierar lyxrestauranger och finkrogar vill jag undersöka hur konsumtion i form av mat och ätande används för att uttrycka skillnader i smak och status.<sup>2</sup> Samtidigt vill jag hävda att man vid analys av guiderna inte kan bortse från platsen där ätandet äger rum, det vill säga restaurangen, samt betydelsen av när och med vem vi äter. Lokalen där maten intas är en del av den sociala kontext som måste beaktas.<sup>3</sup> Uppsvinget för de moderna restaurangerna löper parallellt med granskande matrecensioner. Ifall uteätande är en social handling, vill jag påstå att det som skrivs om ämnet också är en social handling. Filosofen Paul Ricoeur betonar vikten av att se berättelser som aktiva handlingar, inte bara som representationer. Jag uppfattar berättelser om uteätande som ett sätt att aktivt skapa en social kontext som därefter kan konsumeras. Som jag kommer att framhålla i denna artikel, rankas redogörelser för exempelvis själva platsen och råvarornas ursprung högt i dagens gastronomiska värld.<sup>4</sup>

Jag kommer att skärskåda omvärderingen av landsbygden och lokala råvaror i detta sammanhang. Tidslinjen från omkring 1980- till 2010-talet speglar en fortlöpande utveckling och en diskussion om vad som anses vara god smak i fråga om restauranger. Denna förändring både omfattar och tar avstånd från det mer klassiska franska köket och i stäl-

let premieras krögare som har ett mer jordnära intresse som uttolkare och omvandlare av ätbara naturprodukter i närmiljön.

### KULINARISKT KAPITAL OCH ALLÄTARE

*Förmågan att värna vissa kulturprodukter mer än andra är förmåga att definiera smak.<sup>5</sup>*

Smak är ett intressant teoretiskt begrepp och samtidigt en fysisk upplevelse. I detta sammanhang anses smak vara ett uttryck för och en tolkning av kulturvärden, ett meningsfullt sätt att karakterisera föda som en kulturprodukt. Att använda etiketten god smak i kontrast till någonting okultiverat pekar ut kulturella och sociala kategorier. Enligt den franske sociologen Pierre Bourdieu är begreppet smak ett resultat av en social klass, vilket i sin tur är en kombination av social ställning och bildning samt ekonomiskt, kulturellt och symboliskt kapital.<sup>6</sup> Trots att franska klasstrukturer i Bourdieus fältstudie inte direkt kan överföras till svenska sociala strukturer, är det fortfarande från ett etnologiskt perspektiv intressant att utforska smak som en social markör vid diskussioner om skillnader och likheter i smakers värden.<sup>7</sup> Detta har formulerats väl i artikeln ”Eating Out” som beskriver ätande, vanor och sociala strukturer i Norge under 2000-talet.<sup>8</sup> Omvandlingen av mat från något ”renodlat” näringsmässigt till något som handlar om kultur, visar hur smak och smakdistinktioner påverkar uppfattningar och föreställningar om måltider och maträtter. Lyxmat handlar inte bara om de ekonomiska möjligheterna att köpa sådan mat, utan ger också uttryck åt en särskild social och kulturell status.

Bourdieus teorier används inte i detta sammanhang för att definiera en kulinarisk klass, utan som ett raster vid granskning av restaurangguider samt i fråga om betydelsen av status och kulturella värden.

I den meningen är smak som kulinariskt kapital inte någonting som människor helt enkelt *har*, utan något som människor *gör*. Smakskillnader och -preferenser skapas genom erfarenheter av mat likväl som när man talar om mat.

Även om nya sociala strukturer har ersatt tidigare klasstrukturer, går det att utforska konsumtion och smakpreferenser som en potent markör av sociala skillnader.<sup>9</sup> Genom att använda begreppet *allätande* hävdar sociologerna Josée Johnston och Shyon Baumann att mat som en statusmarkör i dagens västerländska samhällen i hög grad handlar om beredvillighet och kunskap att konsumera olika maträtter och produkter. Att vara intresserad av och beredd på att smaka på allt och inte bara hålla sig till gåslever och andra exklusiva (franska) rätter, framstår som ett tecken på god smak bland medelklassen och en kulinarisk elit. Å andra sidan har beteckningen ”lokal” alltmer kommit att påverka vissa maträtters status.<sup>10</sup>

### SVENSKA RESTAURANGER OCH RESTAURANGGUIDER

Från och med mitten av 1980-talet skedde en ökad etablering och utvidgning av finare, dyrare och bättre kök i den svenska restaurangvärlden.<sup>11</sup> I Sverige ägde urbanisering, industrialisering och social skiktning genom medelklassens och den borgerliga kulturens uppkomst rum senare än i det övriga Europa, ett faktum som bromsade utvecklingen av den svenska restaurangscenen och därmed restaurangguiderna. I dag är restaurangindustrin en av de sektorer som växer mest samt uppvisar stor omsättning och turismutveckling. Den svenske etnologen Håkan Jönsson definierar denna skandinaviska, och framför allt svenska, utveckling som en *gastronomisk revolution* där svenska köksmästare under de senaste trettio åren har kommit att inta en obestridlig plats på den gastronomiska arenan genom att vinna interna-



De svenska restaurangguiderna bidrar till att definiera vad som anses vara god smak. Över tid förändras dock om-  
dömena och smaker omförhandlas.

tionella matlagningstävlingar. Ett annat exempel är den danska restaurangen Noma som utsågs till världens bästa restaurang under flera år i början av 2010-talet.<sup>12</sup> Dagens restaurangutbud erbjuder en mångfald av matställen som lockar människor från olika samhällsgrupper. Att gå ut och äta på krogen kan beskrivas som en offentlig uppvisning av social tillhörighet.

Mitt empiriska material består av de etablerade och välkända restaurangguiderna i Sverige och omfattar 17 böcker av *Vägarnas bästa* (1985–2004), 15 nummer av *Gourmet 199 Bord* (1988–2004) och 8 nummer av *White Guide* (2004–2012). Sammanlagt har 40 guider granskats.<sup>13</sup>



**”ETT GIVET SYFTE MED RESTAURANG-  
GUIDERNA ÄR ATT SKAPA KONSENSUS  
KRING VAD SOM MENAS MED GOD SMAK.”**

*White Guide* grundades år 2004 genom att *Gourmet 199 Bord*, som första gången utkom 1988, och *Vägarnas bästa* slogs samman. Den senare var den allra första restaurangguiden i Sverige och gavs ut från 1985 till 2004. *Gourmet 199 Bord* och *White Guide* var även nära kopplade till vad som kan anses vara den mest prestigefyllda svenska mattidskriften: *Gourmet*. I dag är *White Guide* den bäst etablerade guiden i Sverige. De säger själva: ”White Guide är den enda heltäckande restaurangguiden i Sverige som utvärderar den svenska restaurangscenen med journalistisk integritet. Genom White Guide har Sverige fått en guide på högsta internationella nivå, en självklar auktoritet i restaurang-Sverige.”<sup>14</sup> Citatet speglar självförtroendet hos människorna bakom guiden, som förmodas vara den viktigaste källan till restaurangkritik i landet. Visst beskriver de sig själva på ett positivt sätt, men *White Guide* är samtidigt den enda restaurangguiden i Sverige vars årliga utgivning och nomineringar uppmärksammas i dagspressen. Restaurangguider lanserades förhållandevis sent i Sverige i jämförelse med andra europeiska länder. Förlagan till *White Guide*, och till samtliga restaurangguider, är *Guide Michelin* som grundades i Frankrike i slutet av 1800-talet.<sup>15</sup>

De svenska guiderna har inte ett system med stjärnor som Michelin-guiden, utan ett graderingssystem med ”bra”, ”bättre” och ”bäst” för restaurangerna. Att skriva omdömen, föreslå stjärnor och göra topplistor kan ses som ett försök att vägleda konsumenten, men också som ett uttryck för och ett resultat av en ekonomisk marknad där man i ständig konkurrens försöker locka gäster och besökare.

Ett givet syfte med restaurangguiderna är att skapa konsensus kring vad som menas med god smak. Denna intention kommer till uttryck när man förkunnar vilka normer som bör övervägas, såsom fokus, tek-

nisk nivå och smak. Utvärderingen lägger mer tonvikt vid formen än det faktiska innehållet, råvarorna och maträtterna, och strävar efter att vara ett rättesnöre för hur mat ska bedömas.

Vid jämförelse av de två tidiga svenska guiderna, *Vägarnas bästa* och *Gourmet 199 Bord*, kan vissa skillnader i stil och innehåll noteras. När *Vägarnas bästa* publicerades hade guiden många likheter med *Guide Michelin* och klassiska turistguider med mer allmänt hållen information.<sup>16</sup>

Beskrivningarna av restauranger och portioner i *Vägarnas bästa* från 1985 är huvudsakligen informativa till sin karaktär, med tydliga symboler för att visa vilka faciliteter man kan förvänta sig på varje matställe. Vid en jämförelse av *Vägarnas bästa* och *Gourmet 199 Bord* samt senare *White Guide*, har den förstnämnda en mer informativ prägel, medan betygsskalan bra, bättre och bäst är tydligare i de två senare. Värt att notera är också att smakskillnader oftare och mer specifikt beskrivs i de två senare guiderna. Med lanseringen av *Gourmet 199 Bord* ändrades sättet att skriva om mat så att det tillkom fler estetiska värderingar och ett språk som forskaren Gary Alan Fine benämnde ”estetiskt tilltal” och ”matlagningens poesi”.<sup>17</sup>

### SKAPANDET AV KONSENSUS

Det finns några infallsvinklar som jag vill föra fram gällande bedömningar av restauranger i tidskrifter och restaurangguider i allmänhet, samt i svenska guider i synnerhet. En aspekt är anonymiteten hos svenska matskribenter i tidskrifterna. Amerikanska, engelska, danska och franska kritiker anstränger sig för att sätta en personlig prägel på sina krogbedömningar,<sup>18</sup> medan svenska recensenter ofta inte nämns med sitt namn på webben, i tidskrifter och guider. Här föreligger en liten men anmärkningsvärd skillnad mellan omdömen som public-

eras i tidskrifter och sådana som finns i guiderna. I Sverige motiverar guiderna och recensenterna sin generella anonymitet med att de vill undvika att få extra uppmärksamhet och service för att de är matrecensenter. De menar att anonymitet är ett försök att undvika partiskhet.<sup>19</sup>

Anonymiteten hos recensenterna kan även sägas spegla restaurangguidernas bedömningssystem, som inte sällan har kritiserats för att vara vagt och subjektivt och inte låta sig kontrolleras.<sup>20</sup> Graderingssystemet kan anses vara transparent, men å andra sidan är kriterierna föremål för diskussion eftersom det inte finns ett tydligt system för utdelning av poäng.<sup>21</sup> I *White Guide* publicerades 2012 en bedömning som fastställde standarden för en förstklassig restaurang i Sverige på följande sätt: ”Internationell mästarclass: Restauranger där köket presterar strålande egensinnig matlagning på en nivå där de kan mäta sig med de bästa restaurangerna i världen. Helhetsupplevelsen är på mycket hög nivå.”<sup>22</sup>

”Strålande”, ”bäst” och ”hög klass” är ord som används i de finaste smakomdomena och sätter betyg som kan ge en restaurang eftertraktade poäng och ett gott rykte. Termer som ”intressant”, ”högsta nivå”, ”hög klass”, ”sympatisk upplevelse” och ”väl genomförd kokkonst” är abstrakta kriterier och måste gälla över tid. Samma förklaring av bedömningskriterierna förekommer i alla nummer av *White Guide* (och även i *Gourmet 199 Bord*). Med detta vill man visa att guiderna ger ett objektiva intryck och framhäva att utvärderingarna inte lätt påverkas av trender. Guidernas auktoritet grundar sig på kriteriernas abstrakta natur, men lovord som ”hög”, ”god” och ”strålande” måste sättas in i ett sammanhang för att verkligen kunna förstås.

### PROFESSIONELL SMAK

Stephen Mennell påpekar att matmedier och matkritik ingår i den demokratiseringsprocess som har uppstått inom livsmedelsområdet

när konsumtion av mat har blivit mer av ett nöje än ett nödvång i västvärlden.<sup>23</sup> Mitchell Davis har hävdad att trots det som uppfattas som en demokratisering av restaurangrecensioner, som en följd av digitala medier och möjligheter för alla att vara experter och recensenter, finns det fortfarande ett graderingssystem för omdömen om vad som utgör god smak samt äkta och välrenommerade måltider. När man talar om matrecensioner som en självklar och objektiv standard, kan distinktionerna som görs i guiderna uppfattas som en estetisering av konsumentens upplevelser. Åtagandet att bedöma mat ”heliggörs av professionella samtidigt som kulturella tolkningar, språkbruk och filosofi som omgärdas av gastronomin försöker ge fältet en viss mån av oberoende självständighet som styrs av estetiska snarare än av ekonomiska intressen”.<sup>24</sup>

*White Guide* formulerar kraven för en tillförlitlig restaurangguide som legitimerar och berättigar sina smakdefinitioner:

*Behovet av handfast guidning har ökat markant. Och att ha en trovärdig värdemätare att hålla sig till kan vara tryggt. Det var med föresatsen att skapa en sådan riksläkare som de båda tillförlitliga och uppskattade restaurangguiderna *Gourmet 199 Bord och Vägarnas bästa slog sig samman för att skapa White Guide*.<sup>25</sup>*

Genom att bestämma vad som är säkert och tillförlitligt när det gäller smak, erbjuder guiderna inte många möjligheter för interaktion med sina läsare och deras subjektiva upplevelser. Ambitionen med den nya *White Guide* var uttryckligen att skapa en måttstock och en nationell standard för utvärdering av smak. Rösterna i restaurangguiderna och kritiken som de framför hävdar att både kroggäster och läsare behöver professionell hjälp för att kunna navigera i krogvärlden. Cas Wouters (2007) har gjort gällande att formalitet och informalitet verkar på

**”RÖSTERNA I RESTAURANGGUIDERNA OCH KRITIKEN SOM DE FRAMFÖR HÄVDAR ATT BÅDE KROGGÄSTER OCH LÄSARE BEHÖVER PROFESSIONELL HJÄLP FÖR ATT KUNNA NAVIGERA I KROGVÄRLDEN.”**

parallella sätt i samhället. Guiderna definierar konsumtion som distinktionsskapande genom att ofta framhålla att sociala hierarkier är i ständig förändring och att restaurangvärlden är svårnavigerad i detta hänseende. När jag läser guiderna framkommer en ständig pendling mellan betonandet av dels mer formella, dels informella trender i uteståndets industri. Exemplet nedan är från 1998 och gör gällande att det formella är på väg tillbaka, liksom ett ekonomiskt uppsving:

*Under de senaste åren har den informella restaurangens vision om det offentliga vardagsrummet, med lika vikt på mat, människa och miljö, varit den vinnande formeln. Det styvstärkta restauranglivet med sitt gamla ceremoniel har obönhörligen pressats undan till stadshotell och ett fåtal klassiska representationsställen. Nu tycks det klassiska och mer avancerade matsarbetet göra comeback – plötsligt dekanteras, trancheras och flammeras det mycket flitigare av personal som dessutom allt oftare är klädd i uniform.<sup>26</sup>*

Fjorton år senare är tonen dock en helt annan och det informella och enkla prisas med ord som ”mindre är mer” medan överdrifter kasseras till förmån för enklare och naturligare matlagning och matkonsumtion.<sup>27</sup> Från 2010-talet och framåt har naturen och dess råvaror alltmer framhävt som det mest trendiga och smakligaste på den svenska restaurangscenen. Beredning och förädling av råvaror från naturens eget skafferi prisas och belönas i de guider som utkommit under 2010-talet.

God smak är en statusmarkör och dyker upp i såväl formella som informella sammanhang. Skiftningarna i det som anses utgöra god smak indikerar emellertid att gästerna känner till nivån. Ett alltmer informellt samhälle kräver insikter och kulturell kompetens för att förstå vad som menas och ingår i olika restaurangkoncept, så att gästerna inte känner sig obekväma eller stressade över att äta ute.<sup>28</sup> Att vara

alltför uppklädd på en kvarterskrog kan leda till att man känner sig lika obekväm som om man inte är rätt klädd på ett dyrt ställe. Dagens informella samhälle och oklara klassmarkörer skapar en kulturell osäkerhet, men samtidigt finns det fler individuella möjligheter för tolkning av god respektive dålig smak. I detta sammanhang belyser restaurangguiderna både kvalitet och vad som är värdefullt i upplevelsen av att äta ute. Hur svängningar och variationer i smak beskrivs i guiderna får oss att reflektera över hur skillnader i smak kommer till uttryck i en specifik kulturell kontext.

### KUNSKAP ÄR SMAK

För mig var det intressant att se om och hur smaken har förändrats över tid, från lanseringen av de svenska restaurangguiderna i mitten av 1980-talet fram till i dag. I de svenska handböckerna följs bedömningarna av en kort besöksresumé som beskriver maträtter, service, atmosfär och smaker på ett mer ingående sätt än vad poängtalet kanske låter förstå. Vid en omsorgsfull läsning framgår det tydligt att kunskap är ett återkommande tema som dominerar hur god smak ska tydliggöras. God kännedom om rätter, råvaror, ingredienser och benämningar är kännetecknet för en ”bildad” förståsigpåare, vilket tydligt syns i nedanstående recension från 2001:

*”Här kommer bara en liten hummersoppa”, säger en av servitörerna anspråkslöst, men vilken hummersoppa ... en tät, len bisque med en spänstig bit hummerstjärt, faktiskt en av årets bästa ammisar. Och visst aviserar den köksmästaren Thomas Anderssons stil. Väl valda råvaror anrättas utifrån en god idé, ofta med avancerad teknik och i väl balanserade kompositioner, där varje tillbehör har en egen meningsfull roll. Pilgrimsmusslorna serveras med liten elegant sallad dressad med ingefära och lime samt en papperskrutong med kul aromatisk*



Det visuella intrycket ger ofta en första uppfattning om restaurangens karaktär.

*hetta. En rotfruktscannelloni med hög fruktsötma kommer med en kronärtskocksbuljong med djup smak. Ovanpå en stekt havskräfta med den rätta stunsen. Den citronsmakande laxen med löjromsäggröra är rena en klassiker med sitt lite söta friterade potatisfnas (utan oljesmak) – sötma, sälla och syra i fin balans. En stekt kyckling med snygg brynt yta och saftigt innandöme serveras uppskivad med en stark tryffelpanerad risotto och lödig vinsås som lätt tagit överhanden om den inte balanserats av frisk äppel- och kycklingleversallad. Presentationen är strålande. Små byttor med ankleversås, söt, däven och tung som sig bör; potatismos smaksatt med fikon – enastående underhållningsvärde, Sverige och Nordafrika i en gegga – och slutligen en frisk choucroute, som snarast är en snabbsyrad kålsallad.<sup>29</sup>*

När jag ursprungligen läste denna bedömning av restaurangen Storstad i *Gourmet 199 Bord* fastnade jag för ordet ”ammisar”. Jag fortsatte läsningen medan jag försökte komma på vad det betydde, tills det slutligen gick upp för mig. ”Ammisar” är helt enkelt en förkortning för *amuse-bouche*, en liten aptitretare man serverar gästerna. Gedigen kunskap krävs för att förstå språket, beskrivningarna och andemeningen i restaurangguiderna. Som jag nämnde tidigare finns det en skillnad mellan innehållet i *Vägarnas bästa* och *Gourmet 199 Bord*, där den senare fokuserar mer på rankningar och distinktioner. De tidiga utgåvorna av båda guiderna liknar dock varandra vad gäller den förmodade förhandskunskapen hos läsaren. År 1985 hänvisar man till det nya franska köket som en modern ombildning av det klassiska franska köket, och maten beskrivs övervägande som rotad i antingen fransk eller svensk matlagingskonst. Den undervisande tonen är mer uppenbar i de tidigare utgåvorna, vilket gäller för båda guiderna. Utläggningar om ingredienser, maträtter och människor förmedlas till läsaren på ett upplysande sätt. Senare versioner av *Gourmet 199 Bord* och *White Guide* avstår från denna förklarande ton och det är underförstått att de redan



har en fast kulinarisk läsekrets. Så sent som 2012 innehöll *White Guide* ett lexikon med svårbegripliga termer och gastronomiska ord. Denna insats kan tolkas som ett sätt att balansera demokratisk undervisning och exklusiva skillnader i smak.<sup>30</sup> Den är demokratisk genom att man öppnar upp för möjligheten att lära sig nya saker och skaffa sig nytt kulinariskt kapital, dock är ju lexikonets blotta existens en markör att det finns en skillnad mellan de som redan är införstådda konnässörer och de som inte är det.

En aspekt av kunskap som kan noteras i samtliga restaurangguider handlar om att känna till, finna och upprätthålla rätt balans mellan ytterligheterna i smaker, kombinationer och kompositioner. Liksom i det långa citatet ovan är guiderna fulla av talande och poetiska uttryck i stil med ”kul aromatisk hetta”, ”rätta stunsen”, ”saftigt innandöme” och ”tung som sig bör”. Även om motsatsen inte uttryckligen formuleras, är den andra ytterligheten närvarande i begrepp som höga nivåer och djupa smaker, starka aromer och minimalistiska utsmyckningar, intensiva kompositioner och enkla smaker. En måltid som inte är alltför raffinerad, genomarbetad och komplex lyfts fram som den perfekta upplevelsen. I *Gourmet 199 Bord* från 1998 beskrivs restaurangen Franska Matsalen (rankad 2:a det året) på följande sätt: ”de har texturer och smaker i fin balans” medan Kattegatt Gastronomi & Logi (rankad som 3:a) beskrivs med ”hantverket är i toppklass och bröderna Nilsson avstår från onödiga krumelurer”.<sup>31</sup> Användningen av orden ”balans” och ”onödiga” talar för att det finns en jämvikt som måste eftersträvas.

Att hitta en balans innefattar att upptäcka en gyllene medelväg som inte är balanserad till tristess. Många av recensionerna bjuder på en noga genomtänkt uppfattning om vad som anses vara trist och inte längre passande, som i ännu en kommentar om Franska Matsalen från 1998:

*Och vad kan man hitta på här med den obligatoriska träkmånsen hummer – jo klo och stjärt presenteras på Perssons hemlagade surkål med väl avvägd syra, lardons och turboladdad hummerrödvinsås. Allt mycket gott, men vem minns väl själva hummern.<sup>32</sup>*

Även om restaurangen rankas högt i guiden från 1998, speglar omdömet både det balanserade men också det tråkiga. Att servera hummer utan experimentlusta, innovation eller överraskande kombinationer förefaller oacceptabelt. För en som läser guiden, eller för en krögare, betyder det kanhända att man ska tänka sig för innan man beställer eller serverar hummer på denna restaurang.

Gary Alan Fine (1995) har diskuterat avsaknaden av en teori och ett språk om mat. Han framhåller att det råder enighet om hur man ska tala om visuella upplevelser, medan att smaka och lukta baseras på språkliga associationer och metaforer.<sup>33</sup> Mat och maträtter beskrivs ofta med adjektiv och hänvisningar till andra spektakulära upplevelser för att beskriva en textur, smakkombinationer eller avsaknad av intensitet i en rätt. Ibland hänvisar beskrivningarna emellertid till kunskaper om smak som en fysisk upplevelse som skribenten och läsaren förmodas dela.

Eftersom begreppet *balans* förekommer flera gånger i restaurangguiderna, använder sig skribenterna ofta av metaforer med inspiration från områden där relationer, harmoni och arrangemang också är centrala. Exempelvis noteras hänvisningar till termer lånade från musik, drama och färger i de poetiska beskrivningarna. I samtliga guider används genomgående adjektiv som harmonisk eller disharmonisk, liksom kontraster och motsättningar, för att illustrera vad som anses vara bra eller dåligt. Balans kan anas också i hänvisningar till sociala

**"MAT OCH MATRÄTTER BESKRIVS OFTA MED ADJEKTIV OCH HÄNVISNINGAR TILL ANDRA SPEKTAKULÄRA UPPELVELSER FÖR ATT BESKRIVA EN TEXTUR, SMAKKOMBINATIONER ELLER AVSAKNAD AV INTENSITET I EN RÄTT."**

relationer när man resonerar om hur smaker gifter sig väl, utgör ett bra team eller är svåra att förena. Detta sätt att tala om mat har av Fine beskrivits som en metod att skapa mening via metaforer i en sfär där det är svårt att finna ett gemensamt språk och en teori.<sup>34</sup> Ett sådant associativt språk förefaller vara vedertagen praxis, även om mängden extrema uttryck förändras över tid. Att balansidealet framställs som en fråga om kunskap visar att de samlade matupplevelserna från 1980-talet fram till i dag ytterligare har ökat avståndet mellan de extrema motpolerna i balansakten. Smakdifferenser måste ständigt utmanas med nya kombinationer, och att vara allätare är att ha sofistikerad smak och ett kulinariskt kapital.<sup>35</sup> Genom att använda det skrivna språket för att illustrera matlagningstekniker, kompositioner av måltider och smak, har matmedia bidragit till spridningen av det som anses vara kök av hög kvalitet. Tack vare moderna informationskanaler har definitioner av god smak spridit sig både geografiskt och socialt. Detta hade inte varit möjligt om viss kunskap om mat hade förblivit något för borgerliga och aristokratiska kretsar.<sup>36</sup>

Genom att huvudsakligen förlita sig på ett system av experter, strävar guiderna efter att få läsarnas förtroende när det gäller uttolkarnas bedömningar av den goda smaken och även att skapa en konsensus om vad som utgör god smak.<sup>37</sup> Richard Tellström har i en studie intervjuat tio etablerade svenska matrecensenter om deras hantverk och arbete. Enligt honom ser bedömarna sig själva som ett slags vägledare för smak. De anser att deras förkunskaper och erfarenheter behövs för att förstå exempelvis när någonting faktiskt är ett kulinariskt misstag och inte ett avancerat matexperiment.<sup>38</sup>

Det är inte ofta som potentiella gäster rangordnas i guiderna, men mellan raderna kan man många gånger utläsa en dold agenda när man förmodar att läsarna har särskilda förutsättningar, insikter och erfaren-

heter. Hänvisningar till kända restauranger, maträtter, evenemang och köksmästare finns i alla guider, vilket skapar en konsensus om vad man måste känna till för att vara en bildad och social läsare av restaurangguider, och kroggäst. I boken *Educated Tastes* hävdar Jeremy Strong att kunskap även kan vara en del av nöjet och upplevelsen.<sup>39</sup> Kunskapen används för att normalisera standarderna för god smak. Betoning av särskilda produkter, kombinationer, platser och personer beskriver ett intrikat fält där en stor portion kulinariskt kapital behövs.

I vissa fall är det uppenbart att de som skriver bedömningar har en särskild sorts gäst eller en särskild sorts läsare i tankarna. En vanlig konsument eller en självlärd gastronom kan inte med säkerhet förstå associationerna och det ytterst metaforiska språk som genomgående används i restaurangguiderna. I följande citat förmodas en svensk rätt lagad på köttfärs vara allmänt känd: ”Och de luftiga fasan-wallenbergarna har parkerat sig för alltid på matsedeln – men ingalunda enbart som storögda turisternas favorit”.<sup>40</sup> Att använda termen *turist* som en metafor för en person som besöker restaurangen endast en gång framkallar en bild av en *väntad gäst* som regelbundet besöker denna typ av krogar och även tidigare har ätit *wallenbergare* i olika former (de görs vanligen inte av fasan, utan av kalvfärs). Gästen måste ha rätt kynne för att känna sig bekväm när han eller hon besöker en förstaklassrestaurang, och även ha ett kulturellt kapital för att kunna läsa guiderna och uppskatta maträtterna. ”En pata negra från Salamanca serveras med mild kronärtskockskräm, jättegott, men en sann pata negra-purist kan egentligen bara acceptera oliver som tillbehör till den tungt parfymade skinkan.”<sup>41</sup> Detta synsätt uttrycker inte endast att det finns en skillnad mellan äkta konnässörer och matamatörer, utan normaliserar även de värderingar som gör att vissa produkter är populärare att servera än andra. Restauranger som serverar maträtter baserade på estetiska

och sinnliga värden rankas högre än de som verkar ha mer intresse för ekonomisk vinning. Dessa krogar riskerar att bli ”turistfallor” ifall krögaren alltför energiskt försöker tillfredsställa den så kallade matturisten som uppfattas sakna både god smak och kulinariskt kapital, vilket krävs för att bli serverad ”äkta” kvalitetsmat.<sup>42</sup> Även om konceptet kulturellt kapital är tacksamt att använda för att analysera smak, får man inte glömma makten hos konsumenterna och kroggäster. Smak är inte något beständigt och nedärvt, utan något man lär sig och internaliserar och påverkas av via exempelvis matjournalister. Definitionerna av smak förändras och omförhandlas fortlöpande i förhållande till erfarenheter via kulturella sammanhang.

En ytterligare skillnad värd att notera vid jämförelse av guider över tid är den uppmärksamhet som riktas mot detaljer och råvaror. Fokus på att förklara detaljer och tekniker förändrades tydligt under sent 1990-tal när experimentell matlagning från Spanien fick stort inflytande. Ifall man inte höll sig till välkända klassiska maträtter från det franska köket eller svensk tradition, blev det särskilt viktigt att beskriva rätterna som serverades. Medan ett omdöme under tidigt 1990-tal kunde handla om hur väl en krog behandlade eller tolkade en ”klassisk” hummersoppa, kommenterades i slutet av seklet i detalj varje skott, droppe, arom, teknik och sättet att lägga upp maten. Uppmärksamheten vid detaljer lever kvar, men i stället för att lyfta fram det tekniska kunnandet, som på 1990-talet, har man på 2010-talet börjat betona ursprung, trakt och region.

Jag är benägen att påstå att detta visar att smakernas särprägel har förändrats från detaljer som *erbjuder* en holistisk upplevelse av en måltid till detaljer som *utgör* själva den samlade upplevelsen. En viktig skillnad över tid är att medan man under 1980–1990-talen framhävde internationell import av tekniker, köksmästare och inflytanden, har man i guider från 2010 fokuserat mera på den lokala och regionala naturen

och trädgården. De jordnära produkterna, naturen och de lokala råvarorna, beskrivs i allt högre grad i berömmande ordalag och som en viktig del av en restaurangs framgång. Det centrala för en restaurang har blivit att vara mera naturnära, medan själva lokalen och kocken snarast är en mellanhand. Vid läsning av restaurangguiderna framstår kökscheferna som tolkar, med förmåga att överföra naturen till tallriken som mer eller mindre orörd eller alls tillagad. Naturen själv förefaller ha blivit en källa till *fine dining* och det gäller ”bara” för kockarna att upptäcka och utforska omgivningen och ta fram goda och smakliga rätter. Denna vändning visar på en intressant paradox, för köksmästarens expertis och hantverk bedöms utifrån hur råvaror och ingredienser presenteras (förefaller det som!) så naturliga som möjligt.<sup>43</sup>

#### FRANSKA IDEAL OCH SVENSK LANDSBYGD

*Tallriken är pyntad med blommor från trädgården, och de går att äta, om hungern skulle slå till.*

*White Guide om Oaxen Skärgårdskrog 2005*<sup>44</sup>

De svenska restaurangguiderna hävdar att de kartlägger hela landet, men medan jag läste funderade jag över hur relationen mellan de rurala och de urbana kontexterna representeras i volymerna. Guiderna nominerade och beskrev förstaklassrestauranger som ett huvudsakligen urbant fenomen. Den goda smaken föreföll att lokaliseras till de största städerna och det sågs nästan som ett mirakel, ett misstag eller en del av en oväntad restaurangupplevelse, när den dök upp på landsbygden. Denna spänning mellan det lokala och det urbana öppnade upp för en mer jämförande analys av materialet, för över tid verkar nämligen betydelsen och värdet av det lokala ha förändrats.<sup>45</sup>

Även om vissa skillnader kan noteras i utgåvorna gällande det som

anses vara god smak, är det franska köket ”huvudrätten” med vilken allt annat jämförs och värderas. En förklaring till att det franska köket klart dominerar i guiderna är naturligtvis *Guide Michelin*. Guiden skapades i det franska borgerskapets matmiljöer och gjorde *haute cuisine* till ett standardmått för kokkonst på hög nivå. Men det är inte bara i Michelinguiden som det franska köket intar en upphöjd plats. Alltsedan fransk kokkonst under 1800-talet blev ett västerländskt ideal, har många försök gjorts för att förnya och omformulera det.<sup>46</sup> Enligt Johnston och Baumann har det franska köket blivit ”desakraliserat”

Rena ingredienser och smaker från naturen återkommer allt oftare som smakideal i restaurangguiderna från 2010-talet.



eftersom det genom spridning via medelklassen har blivit mer lättillgängligt, och är inte längre en exklusiv statusmarkör.<sup>47</sup> Det franska köket kan trots det fortfarande anses gälla som en rumslig referens och ett kulinariskt ideal.

Det franska köket är sinnebilden av det förfinade och exklusiva, men uppfattas ibland som pretentiöst och mer av en intellektuell upplevelse än som något smakligt, mättande och närande. I Sverige används en vanlig nubbild för att beskriva ett middagsmål som är alldeles för pretentiöst och överarbetat: ”Det var en rätt med två bönor i kors.” Det som karakteriserar smak som en klassmarkör är när man ställer estetik och finess i kontrast till näring och portionsstorlekar.<sup>48</sup> Virginie Amilien, som ägnar sig åt kulinarisk forskning, har påpekat att ordet ”restaurang” är intimt förknippat med det franska köket, ett kontinentalt kök och en urban miljö. Medan det finns ett flertal inrättningar som erbjuder mat och dryck, har ordet restaurang uttryckligen ett skimmer av veckoslut, upplevelser och förväntan.<sup>49</sup>

Det kan även ha varit Michelin-guiden som influerat *Gourmet 199 Bord* och *White Guide* att genom åren fokusera på att bedöma restauranger i de tre största städerna, Stockholm, Göteborg och Malmö. Man kan tänka sig att detta har haft ett visst inflytande på hur de svenska recensenterna skriver i sina guider. Föreställningen om vad som utgör god smak har således inte bara en bakgrund i det franska köket, utan kan även relateras till en inställning kring skillnaden mellan stad och landsbygd. Skillnaden mellan urbana och rurala förhållanden är märkbar i alla nummer, och kommentarer om att det är svårare att hitta bra råvaror eller en kritisk massa av initierade gäster på landet förekommer ofta. Vad gäller nomineringar av förstaklassrestauranger förefaller det som om nästan samtliga finns i de större städerna, och även guiderna reflekterar över denna geografiska obalans:



*Utanför storstäderna kan det tyvärr vara svårt att hitta restauranger som motsvarar våra krav. Det synes inte heller bli lättare med åren. Handen på hjärtat så är vi nog också ofta lite snällare i våra omdömen om restauranger som ligger i landsorten – av den enkla anledningen att du som läsare ändå ska få information om vad som överhuvudtaget finns tillgängligt.<sup>50</sup>*

Mer eller mindre samma formulering står i inledningen till guiderna *Gourmet 199 Bord 1999–2004* som delade upp den svenska restaurangscenen i en urban och en rural. Med lanseringen av *White Guide 2005* följer strukturen fortfarande ett geografiskt mönster där majoriteten av restaurangerna på 10 i topp-listan ligger i de största städerna. Stockholm förefaller vara den goda smakens epicentrum i det empiriska materialet från perioden 1980–2000 och förblir ett idealiskt centrum för mat och måltider, varigenom den bild av landsbygden som tonar fram är mindre kreativ, innovativ och modern. När en restaurang som ligger utanför storstäderna klassas högt blir beskrivningen att där finns god mat *trots* läget:

*Ännu längre upp, i Norrbotten, visar Kattilakoski Gastronomi att geografi inte har något att göra med vare sig kompetens eller ambitionsnivå. [...] ”Fattiga” Småland ingår ju inte i vår traditionella bild av ett gastronomiskt paradiset, men Bengtsson och hans köksmästare Anders Lauring lyckas med hjälp av tjugotalet småskaliga uppfödare. Fiskare och odlare i trakten – alla förstås med adress – och därtill lika många ”skogsmullar” ute på ständigt jakt efter svamp, bär, skott, syror och diverse smakrikt ogräs övertyga oss om att småländsk skog, äng och sjö är ett dignande Toscana.<sup>51</sup>*

Restauranger som ligger i landsorten och betecknas som högklassiga beskrivs alltså som någonting nästan överraskande och oväntat. Det är till och med vanligt att bli förvånad över att en restaurang kan lyckas

trots sitt geografiska läge. Men oavsett den skillnad som görs mellan landsbygd och urbana centrum vad gäller gastronomiska upplevelser, hyllas de lokala ingredienserna – och en ”armé av jordnära skogsmullar” har förmåga att övertygande placera en svensk avkrok i paritet med världsberömda gastronomiska regioner. Att landsbygden trots allt har något att erbjuda framkommer i *Gourmet 199 Bord* från 2001 när tre restauranger från den lilla staden Helsingborg tar sig in på listan över de 15 bästa krogarna i Sverige:

*Det innebär att Helsingborg har dubbelt så många krogar på Bästa-listan som Göteborg – och det måste väl ändå betraktas som sensationellt. Vad är det i den här staden i nordvästra Skåne som möjliggör ett sådant krogutbud? En sofistikerad kräsmagad publik med hyggligt stinna plänböcker förvisso – men sådan finns ju på annat håll utan att det sätter några spår i den gastronomiska scenen. Nej det handlar uppenbart om en kritisk massa – bra krogar drar bra krogar.<sup>52</sup>*

Sedan 2006 har landsbygden och det lokalt präglade emellertid kommit att spela en mer central och positiv roll i guiderna. Landsbygden är den plats där råvaror produceras och där skickliga proffs förvandlar naturliga lokala produkter till förfinade kompositioner att serveras i urbana luxuösa måltidsmiljöer.<sup>53</sup> Synpunkter på nära natur, traditioner och hemlagat finns med i alla topprankningar sedan början av 2010-talet. Den bästa krogen i Sverige 2012, *Frantzén/Lindeberg*, beskrivs på följande sätt:

*I år jäser inte bara surdegsbrödet i sin vackra lilla sarkofag på bordet, nu kärnas dessutom smöret inför gästens ögon. [...] Med dagsskörden från de två grönsakslanden är nog detta Sveriges maximalaste rätt [...]. Särskilt läcker är en långsamt bakad vildfångad torsk under hemmagjord lardo [...].*

*En svensk mjölkko, vad annars, frestar i tre serveringar; först som blodplätt toppad med anklever, därpå som koleldad tartar på rostbiffen med en klutt per se-kaviar på toppen och slutligen som filé med mærg i sitt eget ben på spåd rotselleri pocherad i lantmjölk.<sup>54</sup>*

Trenden med en återgång till traditionella matlagningstekniker och användningen av lokala råvaror förefaller att mer än tidigare värnas av restaurangguiderna, både som diskussionsunderlag och för att skapa nya begrepp för god smak. Beskrivningarna av den lokala naturen kan ses både som en fråga om ett matrelaterat arv och något nostalgiskt ”gammaldags”, som förr i världen.<sup>55</sup> Landsbygden lyfts fram på ett nytt

**”NÄR LOKALA INGREDIENSER OCH TEKNIKER FLYTTAR IN I DE FINA SALONGERNA, BLIR DE RESURSER OCH IDEAL SOM DIKTERAS AV DEN KULINARISKA ELITEN, SOM UTTOLKAR VAD SOM ANSES VARA GOD SMAK.”**

sätt i guiderna från 2010-talets mitt – men inte genom restauranger som faktiskt ligger på landet, eftersom Stockholm fortfarande verkar utgöra vaggan för gastronomisk förfining. Landsbygden är närvarande men ”på rätt sätt”, det vill säga som kultiverad, förfinad, bildad och förnäm. Att det regionala och ursprunget framhålls när det gäller mat är i sig ingenting nytt, eftersom kunskap

om var maten kommer ifrån redan länge har varit ett centralt inslag i matkulturen.<sup>56</sup> Jag vill emellertid hävda att detta också är ett sätt att anamma kulturella uttryck. När lokala ingredienser och tekniker flyttar in i de fina salongerna, blir de resurser och ideal som dikteras av den kulinariska eliten, som uttolkar vad som anses vara god smak. När det som tillhandahålls lokalt får uppskattning, förvandlas det till det slags standardiserade smak som kännetecknar *haute cuisine* i Sverige i dag, svensk kokkonst på hög nivå. I den meningen har intresset för lokal mat blivit en urban trend.

Synsättet att välsmakande mat bara kan framställas i de stora städerna motsägs inte förrän i guiden från 2006. Restauranger på oväntade

ställen uppmärksammas och lokala produkter får uppskattning. När lokalt producerad mat ges en mer framskjuten plats, påverkas samtidigt kopplingen till det franska köket genom att mer informella serveringar och bistroer upphöjs till acceptabla matställen. Det lokala ges en ännu viktigare roll under 2011–2012 när inte bara lokala råvaror, utan även lokala tekniker och processer, lyfts fram.<sup>57</sup> Denna utveckling har med råge passerat intresset för den experimenterande spanska kokkonsten i slutet av 1990-talet. Det lokala och nordiska har till synes tagit sig ett pinnhål högre upp på smaxskalan under slutet av 2010-talet. Intressant är också att maträtter som förut ansetts vanliga och med låg status, allt oftare bedöms som *haute cuisine* genom introduktion av lokala ingredienser och nya matlagningstekniker.<sup>58</sup> Vardagliga maträtter som tidigare hade en lantlig prägel, som pizza och hamburgare, uppfattas inte längre uteslutande som mat för familjen eller som snabbmat, utan konsumeras och uppskattas även av allätande gastronomer.<sup>59</sup>

## AVSLUTNING

”Det finns en seglivad, tydlig distinktion mellan populärkultur och elitrestaurangkultur men bara den senare är föremål för en allmän dialog”.<sup>60</sup> De kulturella färdigheter som man behöver tillägna sig inför ett restaurangbesök, för att kunna välja rätt ställe enligt syfte och stil, finns i restaurangguider, facktidskrifter och tidningsrecensioner. Medierna har visat sig ha stor betydelse för att forma tankar, vanor samt mervärden gällande mat och måltider.<sup>61</sup> Genom att läsa restaurangrecensioner blir konsumenten delaktig i det som kritiker och skribenter anser vara tecken på förfining och smak.<sup>62</sup> Matmedier och journalistiskt arbete kan ses som kulturella tolkar och förmedlare av centrala värden inom restaurangvärlden.<sup>63</sup> Denna artikel behandlar endast restaurangguiderna som en av rösterna i en allmän diskurs om värden förknip-

pade med att äta ute. Recensioner och guider arbetar huvudsakligen utifrån givna och i förväg fastställda kriterier. Det är viktigt att inte se detta som uppenbart och givet, utan att reflektera över de uppfattningar och värden som förmedlas vidare och att även tänka på vilka läsare som matskribenterna har i åtanke när de formulerar sina översikter och guider. Jag har hävdad att guiderna kan uppfattas som ett kulturellt uttryck för en kulinarisk habitus, att matreportage också kan ses som förkroppsligad talang för att förvandla smakande och ätande till ord och mening.<sup>64</sup> Smaken kläs i ord och att recensera upplevelser av att äta ute handlar inte bara om själva ätandet, utan även om smakliga efterdyningar och subjektiva bedömningar.<sup>65</sup> Guiderna kan, som en värde markör för god smak, uppfattas vilja visa på skillnaden mellan förfinat middagsätande och en införlivad talang.

De smakdistinktioner som erbjuds i restaurangguiderna kan ses i ett vidare sammanhang om att gilla och ogilla mat. Guiderna har inte skapats och skrivits i ett kulturellt vakuum, utan är relaterade till andra omdömen om mat och smak, i exempelvis bloggar, kokböcker, mattidskrifter, tv-program och på diskussionsforum på webben.<sup>66</sup> En skillnad mellan restaurangbedömningar i tidningar och bloggar versus guider är att texterna i de senare är mer varaktiga och beständiga. Guiderna ska vara aktuella under ett helt år, vilket även påverkar kritikernas arbets sätt. De besöker ofta en viss restaurang flera gånger under ett år för att försäkra sig om kontinuitet i standarden. De hävdar att de vill vara förstående, att vem som helst kan ha en dålig dag och därför ska ges en andra chans att visa vad de går för.

Kulturella koncept som definierar god smak i restaurangmiljöer skapas via en tänkt konsensus genom inlärd och socialiserad uppfattningar. Restaurangguider är fortfarande viktiga smakmanualer, inte minst för krogägare och redan bevandrade gäster. Den specifika berätt-

targenren i guiderna är väsentlig när det gäller att beskriva en kroppslig upplevelse, som ofta är svår att klä i ord. Matkonsumtion är en fysisk akt som involverar alla våra sinnen, och dess språkliga skepnad blir en intellektuell produkt som betraktas genom ett raster av en kulturell konsensus för hur man beskriver olika texturer, aromer och estetiker. Guiderna genomsyras av beskrivningar som ”ambitiösa”, ”spänstiga”, ”trygga”, ”komplexa” och ”eleganta” måltidskompositioner, men också formuleringar som ”tråkig”, ”Gäsp!”, ”disharmonisk” och ”bristfälligt hantverk” förekommer. Det kulinariska språket uttrycker alltså smak både som en spektakulär upplevelse och som något särskiljande.

Värderingar uttrycks när man beskriver en ”mör, perfekt tillagad kalv”, en ”klassisk crème brûlée” eller en soppa ”full av aromer, som en symfoni”. Kännedom om gästen är också av anseende betydelse inom det kulinariska fältet. En riktig finsmakare talar *inte* bara om att gilla eller ogilla hummer, utan har även en åsikt om hummer. Genom att visa upp sin smak i form av kulinarisk kompetens och kulinariskt kapital blir man betydelsefull och följaktligen har den kulinariska eliten internaliserat den goda smaken. Alltså behöver den kulinariska eliten inte läsa sig till eller inhämta denna kunskap genom regelrätta studier.<sup>67</sup> Restaurangguider kan därför ses som pedagogiska verktyg för massorna, som måste läsa och bilda sig, men också som ett uttryck för en anonym elits välkända och vanliga smakdistinktioner.

## NOTER

- 1 Korsmeyer 1999.
- 2 Denna artikel har bland annat finansierats av Sparbanksstiftelsen Färs & Frosta.
- 3 Jordan 2007, 24.
- 4 Jfr Pétursson och Larsen i denna bok.
- 5 Davis 2012, 5.
- 6 Bourdieu 1984.
- 7 Jfr Borda & Lundin 1986.
- 8 Bugge & Lavik 2010.
- 9 Ashley et al. 2004, 67; Lupton 1996, 127; Martens & Warde 2000, 75.
- 10 Hultman 2006; Tellström 2006; Johnston & Baumann 2010; jfr Naccarato & LeBasco 2012; Stringfellow et al. 2013, 78.
- 11 Jönsson & Tellström 2009.
- 12 Jönsson 2012. Se även Larsen i denna bok.
- 13 Översättningar av citat från engelska till svenska har gjorts av författaren.
- 14 *White Guide* 2012, 5.
- 15 Som namnet antyder, var det däcktillverkaren Michelin som ursprungligen skapade guiden. Från början skulle den hjälpa moderna bilägare att hitta till platser där de kunde serva bilen och naturligtvis, mer specifikt, byta däck. Men det handlar också om mat, dryck och boende. Denna länk mellan resor, turism och matkonsumtion har visat sig ha en gemensam historia, men det var först under 1930-talet som Michelin blev en mer förfinad restaurangguide som i första hand tog sikte på den växande turistsektorn. Stringfellow et al. 2013, 80; Harp 2001.
- 16 Harp 2001; Löfgren 1999; Mennell 1985.
- 17 Fine 1995, 246, 260.
- 18 Johnston & Baumann 2010.
- 19 Tellström 2011.
- 20 Johnson & Surlemont 2005.
- 21 Johnson et al. 2005.
- 22 *White Guide* 2012, 11.
- 23 Mennell 1985.
- 24 Stringfellow et al. 2013, 82 enligt Fantasia 2012.
- 25 *White Guide* 2006, 6.
- 26 *Gourmet 199 Bord* 1998, 11.
- 27 *White Guide* 2012.
- 28 Jfr Wouters 2007.
- 29 Om Storstad i *Gourmet 199 Bord* 2001, 35, författarens betoningar.
- 30 Johnston & Baumann 2010.
- 31 *Gourmet 199 Bord* 1998, 12.
- 32 *Gourmet 199 Bord* 1998, 12.
- 33 Jfr Lindqvist i denna bok.
- 34 Fine 1995, 260.
- 35 Johnston & Baumann 2010.
- 36 Mennell 1985.
- 37 Naccarato & LeBasco 2012, 67; Tellström 2011.
- 38 Tellström 2011.
- 39 Strong (ed.) 2011.
- 40 *Gourmet 199 Bord* 1998, 18.
- 41 *Gourmet 199 Bord* 1999, 27.
- 42 Strong (ed.) 2011; Naccarato & LeBasco 2012.
- 43 Se Larsen i denna bok.
- 44 *White Guide* 2005, 41.
- 45 Se Bardone och Österlund-Pötzsch i denna bok.
- 46 Trubek 2000.
- 47 Johnston & Baumann 2010, 9.
- 48 Davis 2012.
- 49 Amilien 2003, 184.
- 50 *Gourmet 199 Bord* 1999–2004.
- 51 *White Guide* 2007, 26–27.
- 52 *Gourmet 199 Bord* 2001, 8.
- 53 Se Larsen, Bardone och Österlund-Pötzsch i denna bok.
- 54 *White Guide* 2012, 214.
- 55 Se Pétursson i denna bok.
- 56 Jfr Burstedt, Fredriksson & Jönsson 2006.
- 57 Se Reksten i denna bok.
- 58 Se Pétursson, Bardone och Larsen i denna bok.
- 59 Johnston & Baumann 2010.
- 60 Amilien 2003, 187.

- 61 Appadurai 1988; Warde 1997, 44.
- 62 Tellström 2011.
- 63 Davis 2012, 2.
- 64 Holt 1997.
- 65 Stringfellow et al. 2013.
- 66 Arsel & Bean 2012; Johnston & Baumann 2010.  
Se även Bardone i denna bok.
- 67 Holt 1997.





*Connie Reksten*

# Når mat feires

*Om Bergen Matfestival, lokalmat og den sanselige regionen*

I Europa er folkegrupper, familier og mennesker på jakt etter en annerledes og ny framtid. Og midt i spranget fra det overnasjonale og nasjonale, finnes interessen for det regionale og lokale. Europa lener seg mot jorden, og er i ferd med å bli jordnær på ny. I enkelte deler av Europa skjer dette brått og brutalt. Andre steder har det tatt noe lengre tid. I dag er regionalisering blitt til en av de største leverandørene av nye stedsidentiteter. På samme tid tar denne prosessen i økende grad form av en sanselig produksjon. Særlig mat ser ut til å spille en avgjørende rolle i den regionaliseringsprosessen som nå pågår. Mat kan dermed forstås som en av de viktigste byggeklossene for å finne opp Europa sine regioner. Men det gjør også at det skapes nye og annerledes regioner enn for bare noen tiår siden. Når Europa er i ferd med å bli jordnær, er det altså på en annen og ny måte enn før. Kanskje kan vi snakke om en ny type "sanselig" region og om den "sanselige regionen". Det vil si regioner og steder med en egen sanselig rasjonalitet, en annen fornuft. Europa har derfor ikke bare truffet bakken i overført betydning.

Når Europa lener seg mot jorden, finnes det også en økende interesse for jordnær mat, men også for den jordnære smaken.



I dag har festivalen blitt til en integrert del av europeeren sin hverdag. Samtidig finnes det en festival for det meste – musikk, teater, litteratur, kunst etc. Også tallet på matfestivaler øker. Noen av disse er kokke- og kulinariske festivaler og er nesten å regne for bransjetreff. Andre tar utgangspunkt i enkeltstående matretter slik som vin- og brødfestivaler, ølfestivaler, akevittfestivaler, spekematfestivaler. Disse finnes det mange av. På samme tid blir det stadig flere tradisjonsmat- og lokalmatfestivaler.

Mengden av festivaler har samtidig skapt en egen festivalforskning. Som forskningsfelt er denne dominert av hovedsakelig tre retninger. For det første, studiet av festivalen som et kunstuttrykk og som performance. For det andre, studiet av festivalen som destinasjon og som et turistfenomen, og her gjerne med kobling til den tredje og kanskje mest dominerende retningen: studiet av festivalen som markedsføring og økonomi. Med utgangspunkt i managementperspektivet blir festivalen også forstått som *placemarketing* og *branding*.<sup>1</sup>

En festival varer som oftest ikke lenger enn et par dager, opptil en uke eller fjorten dager. Et kjennetegn og særtrekk for festivalen er altså at den finner sted innenfor et begrenset og gitt tidsrom. Et annet like sentralt kjennetegn er hvordan festivalen alltid finner sitt sted. Stedet for festivalen er derfor sjelden eller aldri tilfeldig. Samtidig blir den stedlige og geografiske tilhørigheten til festivalen markert på flere måter. Som oftest har festivalen navn etter hvor den befinner seg og finner sted. Samtidig som den stedlige og geografiske tilhørigheten kan

markeres indirekte og mer subtilt, slik tilfelle er for flere ulike norske festivaler – som Utkantfestivalen, Periferifestivalen og festivalen Føling i fjæra. Stedet og de geografiske betingelsene ser dermed ut til å være av stor betydning for festivalen som fenomen.<sup>2</sup> Også fra et managementperspektiv blir stedet sin rolle viktig, men ut ifra den økonomiske betydningen festivalen får for stedet. Hvordan denne skal vurderes er likevel uklart. Det har derfor blitt hevdet at placebranding baserer seg på ”a fuzzy notion of place identity”. ”It thus asks for more sophisticated analytical methods by policy makers and consultants alike”, ifølge den greske by- og regionsplanleggeren Ares Kalandides.<sup>3</sup> Stedets betydning og begrepet stedsidentitet ser altså ut til å danne et viktig utgangspunkt, ikke bare for geografer og kulturforskere, men også innen fag som markedsføring og økonomi, og da særlig innen det faglige nisjeområdet placebranding. Her oppfattes det likevel som et begrep som politisk og økonomisk er vanskelig å operasjonalisere.

Stedsidentitet kan forstås på en rekke måter, og selvsagt også som et mer eller mindre uregjerlig analytisk begrep. Men stedsidentitet kan også forstås som en type erfaring, som en erfaring på og av stedet. Dette gjør det mulig å forstå festivalen som uttrykk for andre samfunnsmessige og kulturelle prosesser enn kun næringsutvikling og ny økonomi. Den stedlige tilknytningen til festivalen gjør den blant annet godt egnet til å hente opp og fram det særegne. Det vi si at vi kan forstå festivalen som en ekstraordinær hendelse som gjør det mulig å synliggjøre det særegne, men også det lokale: ”... [it] emphasize and give profile to local, everyday life.” Ifølge den svenske etnologen Kjell Hansen, er festivalen sin rolle å hente det lokale ut og opp av hverdagen. Det vi ellers oppfatter som hverdagslig og ordinært blir under festivalen både til noe

**”STEDET OG DE GEOGRAFISKE  
BETINGELSENE SER DERMED UT TIL  
Å VÆRE AV STOR BETYDNING FOR  
FESTIVALEN SOM FENOMEN.”**

lokalt og annerledes. Under festivalen blir det ordinære gjort distinkt og iøynefallende. Og det blir gjort til noe vi mer enn gjerne oppfatter som lokalt, ifølge Hansen.<sup>4</sup>

Er dette også tilfelle for noen av Europas matfestivaler? Blir den ellers så hverdagslige maten under festivalen til noe lokalt, og til det som vi i dag gjerne betegner som lokalmat? I denne artikkelen har jeg som mål å undersøke hvordan lokalmat skapes og produseres, både konkret og som kulturell identitet. Blant annet viser flere kultur- og samfunnsforskere til hvordan produksjonen av kulturell identitet på 2000-tallet tar en ny empirisk vending i retning *place-based identity*.<sup>5</sup> Denne baserer seg i all hovedsak på de mulighetene individet har til å

Når hverdagsmaten blir iøynefallende.



tilegne seg stedet – direkte, umiddelbart, gjennom sansene. Studiet av kulturell identitet gjør således krav på en særegen metodisk innretning og en ”etnologisk senseologi”. Dette får implikasjoner for valg av kilde-materiale, men også for den akademiske skrivemåten.<sup>6</sup>

### PÅ FESTIVAL

Hvert år, første eller andre helgen i september, arrangeres Bergen Matfestival fra fredag til søndag. Bergen Matfestival, på Vestlandet i Norge, er plassert på en brygge som til vanlig blir brukt for gjennomgangstrafikk for fotgjengere og biler.<sup>7</sup> Mens fotgjengerne beveger seg på den innerste delen av bryggen, går biltrafikken i en jevn dur på den tofelts

Bergen Matfestival plassert i hjertet av Bergen.





Vafler med ekte geitost fra Flåmsdalen i Sogn.

asfalterte bilveien mot sjøsiden. Helt ytterst ved kaien ligger større og mindre båter, av til noen fiskebåter, og også flere veteranskip. Bergen Matfestival sin plassering er på Bryggen, i det mange ser på som hjertet av byen Bergen.

Røyken fra de svidde smalahovene (sauhodene) legger seg etter hvert som et teppe over festivalområdet. Duften siver ut mot kaien, over den trafikkerte bilveien, mot veteranskipene, og blander seg med salt sjø. Det lukter hardt, røkt kjøtt. Det lukter salt. Lyden av mennesker, hestevogner i skytteltrafikk og hunder som bjeffer går etter hvert i ett med lyden av jevn biltrafikk, lukten av røkt kjøtt og sjø. Sammen med synet av veteranbåtene blir Bryggen i Bergen og Bergen Matfestival til et sanselig sted.<sup>8</sup>

I forveien har Bergen Matfestival blitt rigget til i flere dager. Stolpe for stolpe har blitt festet i brosteinen og asfalten, og slått over med en hvit langstrakt presenning. Produkter og matvarer har blitt kjørt inn fra omkringliggende bygder, gårder og steder, som Bønes, Voss, Myrdal og Hardanger. Maten har blitt kjørt inn til hjertet av Bergen i små varebiler, alle med ulike matvarelogoer og merkenavn, og enkelte kun med logoen ”Godt lokalt”.

Bryggen er forvandlet. Fra å være et forholdsvis ordinært kai-område og en mye brukt promenade, er den nå blitt tettet til med telt og hundrevis av boder. Bryggen er fylt opp til randen. Den har blitt fylt opp av andre større og mindre geografiske steder rundt Bergen, og i en forholdsvis vid radius. Så vid er denne radiusen at maten som blir kjørt inn ikke nødvendigvis kan kalles lokal, men snarere må kalles regional.<sup>9</sup>

Når publikum blir bedt om å beskrive festivalen, er det betegnelsen folkefest som går igjen. Bergen Matfestival er både en festival og en folkefest, men også et etegilde.<sup>10</sup>

### DET STORE ETEGILDET

Septembersola står lavt, og får det til å gnistre i sjøen inn mot Bryggen og Bergen Matfestival. Det blir vanskelig å se, samtidig som det er vanskelig å komme til i trengselen av folk inn mot festivalen. På Bergen Matfestival beveger folk seg i horder inn mot festivalområdet, og fra bod til bod. Når jeg først har fått noen i tale, trekker jeg dem til sides for å spørre: ”Har du kjøpt med deg noe?”

De kikker en etter en ned i handleposen de har på armen. Det rasler i den grå papirposen når de roter litt rundt, for så å ramse opp mye forskjellig, som for eksempel lefser og ost, epler og pærer, pølser, svele, plommer.<sup>11</sup> Mens andre kan fortelle at de har kjøpt ”en slags Jarlsberg,



[...] hvit geitost og noe vanlig geitost”.<sup>12</sup> ”Jeg har kjøpt kamskjell og o-skjell, men også kjøttpålegg og litt eplekjeks”, sier en annen.<sup>13</sup> Andre har kjøpt honning og gombe, andre igjen har handlet med seg mid-dagsmat hjem, slik som fisk – en breiflabb, men også epler og urter og Vossakorv.<sup>14</sup>

På Bergen Matfestival finnes det mye ulik mat. Det er røkt mat, salt mat, fersk mat og søt mat. Det er kjøtt, fisk og fugl. Men også store mengder frukt, ost, bakverk, saft og syltetøy. Alt bys fram for salg. Maten er tilberedt på stedet eller bearbeidet og tilberedt på forhånd. Den blir solgt fra frysedisk, eller matprodusentene og bøndene har gjort den langtidsholdbar ved hjelp av vakuuminnpakning. Denne matfestivalen rommer svært mye forskjellig mat. Mat som blir solgt og kjøpt for å fylle opp fryseboksen, kjøleskapet og matskapene hjemme. Men maten blir også kjøpt for å spises her og nå.

Under Bergen Matfestival spises det mer enn gjerne, og det gapes høyt. Det gapes over en saftig lammepølse eller en nystekt svele, men også over en og annen spekesild med frisk rømme, gjerne omtalt som jomfrusild. Under matfestivalen er spisingen såpass tilstede at den lokale avisen *Bergen Arbeiderblad* (BA) velger å bruke overskriften ”Det store etegildet” for å gi en beskrivelse av festivalen. Og det med påfølgende ingress om at: ”Når bøndene inntar byen med sine lokale spesialiteter, er ikke byfolket vanskelig å be.” Videre kan vi lese om hvordan: ”Karen Mælvær hadde fylt posen sin med mye knask, og var i ferd med å fortære en jomfrusil[d] i lompe da BA.no traff henne. – Bedre enn dette kan det ikke bli. Det skulle vært slikt marked som dette i byen hele tiden. Det er helt fantastisk med all denne maten, sier hun entusiastisk.” I samme avisartikkel kan vi lese om Oddbjørn som forteller: ”Vi har vært her før, og syns det [er] spennende med disse selvlagde produktene. Ungene syns det er gøy med økologisk is.”<sup>15</sup>

Under Bergen Matfestival blir det spist, det knaskes og fortæres, og det er fantastisk med all denne maten. Spisingen under matfestivalen er påfallende. Men hvordan kan denne spisingen under festivalen forstås?

Det finnes et mangfold av teorier om mat, og det spesifikke ved det å spise. I studiet av kropp og identitet har særlig begrepet ”inkorporasjon” blitt sentralt: ”Det å inkorporere et objekt, slik vi gjør når vi spiser – å ta en ytre substans inn i munnen, tygge, svelge og fordøye den i vår egen kropp –, er dypest sett og eksistensielt en risikofylt ting å gjøre.” Ifølge antropologen Elisabeth L’Orange Fürst, er dette en risiko som i første rekke må knyttes opp mot identitet. Fürst viser blant annet til sosiologen Claude Fischler (1988), som mener at det å ta mat inn i den egne kroppen – både reelt og imaginært – alltid vil være det samme som å inkorporere dens (i dette tilfellet matens) egenskaper.<sup>16</sup> Var dette også tilfelle under Bergen Matfestival? Når vi spiser, putter i oss og fortærer, inkorporerer og putter vi da i oss hva denne festivalen er og var ment å skulle være?

Flere teoretikere har hevdet at det finnes et samfunnsbyggende og sivilisatorisk element knyttet til maten. Når vi er på festival og snakker og spiser sammen med flere hundre andre mennesker på samme festivalen, er vi med på å bygge samfunnet og et nytt fellesskap. Men når vi spiser oss gjennom Bergen Matfestival er vi da sivilisasjonsbyggende? Eller er det tvert om, og vi har snublet i et av sivilisasjonens mange sprekker og sorte hull? Kan det være at vi under Bergen Matfestival i stedet utøvde barbari?

Den danske kulturhistorikeren Niels Kayser Nielsen har vært opp-tatt av hverdagsmaten.<sup>17</sup> Han har også latt seg forundre over hvordan det å innta mat langs veien – gående og gjerne med en hot dog eller et medbragt beger med kaffe i hånden – i dag framstår som en upro-

**”NÅR VI ER PÅ FESTIVAL OG  
SNAKKER OG SPISER SAMMEN  
MED FLERE HUNDRE ANDRE  
MENNESKER PÅ SAMME  
FESTIVALEN, ER VI MED PÅ Å  
BYGGE SAMFUNNET OG ET NYTT  
FELLESSKAP.”**

blematisk og ny hverdagslig måte å spise og innta måltidet på. Kayser Nielsen velger derfor å snakke om ”gråsonematkultur”. Karakteristisk for denne er en matkultur som finner sted mellom det å spise ute, som på restaurant, og det å spise hjemme – slik som ved pølseboden.<sup>18</sup> Man oppholder seg ute, under åpen himmel og gjerne nattetid rundt pølseboden, eller som for vår del, man spiser under åpen og blå himmel og er på festival. Hadde vi likevel stumpet i en av sivilisasjonens mange asfalthull – om enn så demokratisk det kunne se ut å være på festival? ”I nogsles øjne tager denne ’demokratiske’ gråzone-madkultur sig ud som en forfaldshistorie, men man kan med lige så stor ret hævde, at den med sin suspensering af krav om bordskik øger koncentrationen om selve nydelsen af maten.”<sup>19</sup>

Når vi går og spiser, spiser fra hånd til munn, mangler kniv og gaffel, og andre bordmanerer som å plassere servietten i fanget, trenger ikke dette forstås som ”barbariske matvaner” og en ”forfallshistorie”. I tråd med Kayser Nielsen, heller enn Norbert Elias og andre sivilisasjonshistorikerne, kan de vel så gjerne forstås som uttrykk for en matkultur som øker konsentrasjonen om selve nytelsen av maten og som øker konsentrasjonen om sansene og smaken.

Den hvite presenningen strekker seg lett over bodene, og får Bergen Matfestival til å framstå med et ryddig og langstrakt preg. I enkelte parti blir presenningen brutt. Her kan publikum sette seg ned under åpen himmel, på små stoler og rundt kafébord.

Under presenningen finner vi de omlag hundre utstillerne, bøndene og matprodusentene. Flere har plassert egen frysedisk eller vogn på angitt sted, mens de aller fleste har nøydt seg med å sette opp sitt eget bord – som oftest et sammenleggbart campingbord. Etter hvert har også plakater kommet opp, og flere har montert skillevegger inn mot neste bod. De vakleворne campingbordene er stort sett dekket med en



duk, for så å bli stablet full med matvarer og ulike matprodukt. Bøndene og utstillerne er også kreative, og kan finne på å stille opp maten i finurlige hyllesystem: ”Det er viktig at det skal *bugne* [...]. Litt viktig å få det opp i høyden [...] så ikkje du får, når det blir masse folk her og du har ting på et flatt bord [...].<sup>20</sup> Andre velger å legge en rustikk takstein på bordet, og oppå denne plassere et glass med økologisk honning og hermetiserte plommer og det de ellers har for salg. Andre henger opp et utstoppet villsauhode på skilleveggen, eller et saueskinn. Mens atter andre danderer boden sin som et måltidstablå, bestående av bord, stol og en tallerken med julemat. Rett ved det som er hovedinngangen til festivalområdet har de samme matprodusentene også tent opp et tønnebål. Over tønne, tredd inn på et spidd, ligger et kløyvd hode av småfe, med kun ett øye, skinn og ull, nå godt brent og i ferd med å bli tilberedt som røkt og svidd. Røyken fra en av de mest beryktede

Svir smalahove fra Voss.

rettene på Vestlandet – smalahove – gjør at inngangen til festivalen blir en duftportal.

På de vakleворne campingbordene har utstillerne altså gjort seg flid med å dandere sine egne salgsvarer, men også vært kreative når det gjelder å presentere smaksprøvene. På et bord ligger det plassert en skjærefjøl med klistrelapper merket med navn som ”morrpølse villhjord”, ”blåbærpølse”, ”rødvinspølse”, ”einebærpølse”, ”speka hjort”, og også enda flere varianter. Under hver lapp finner vi oppskårne kjøttbiter og små biter fra ulike spekepølser. Det er bare å ta en tannstikke, stikke i og forsyne seg. Eller hva med å smake på en terning med hvit geitost, eller ta imot en framlagt teskje med lynghonning. Når jeg trekker noen av de besøkende til side i horden av mennesker, velger jeg utover å spørre etter hva de har kjøpt med seg, også å spørre etter hva de har smakt på. En etter en, ramser de besøkende opp: natronkaker, hvit geitost, pølser og honning, smalahove, Hardangerkling, ramsløk, pepperost, pølser fra Radøy, grønnkål, saltbakte rødbeter, økologisk lam.<sup>21</sup>

På Bergen Matfestival går de ulike smaksprøvene ned på høykant, samtidig som folk mer enn gjerne stiller seg i kø for å kjøpe maten som tilberedes på festivalen. De fleste besøkende beveger seg derfor rundt på festivalområdet mens de spiser. De gjør de uten å verken bruke bestikk eller tallerken, eller å sitte til bords. De spiser med maten godt plassert i hånden, og vel så gjerne uten serviett som med. De spiser fra hånd til munn, og de spiser mens de går og beveger seg rundt. Og det samme gjør jeg. Maten er aldri langt unna, og smaksprøvene aldri lengre enn på en armlengdes avstand.

Første dag under feltarbeidet noterer jeg derfor i feltdagboken: ”Jeg ser hvordan folk går, tygger og snakker, samtidig som [de] kikker nysgjerrig inn i neste bod; på jakt etter mer mat, men også mat med en ny

og annerledes smak.”<sup>22</sup> Folk er på jakt etter mer mat, og de er på jakt etter stadig ny og mer smak.

De siste ti til femten årene har sanser og sansing blitt gjenstand for fornyet interesse, forskning og ny teoriutvikling. Fra kulturforskerhold har interessen blitt motivert ut i fra det vi kan kalle et livsverdensperspektiv.<sup>23</sup> I boken *Empire of the Senses. The Sensual Culture Reader* (2005) gjør derfor den canadiske antropologen David Howes seg blant annet til talsmann for en sanselig revolusjon: ”It has taken an ideological revolution to turn the tables and recover a fullbodied understanding of culture and experience. It has taken a sensual revolution.”<sup>24</sup> Det er i forsøk på å innhente andre deler av virkeligheten Howes og hans meningsfeller velger å gjøre sanser og sansing til gjenstand for en fornyet akademisk interesse.

Smak, lukt, lyd, syn og berøring står alltid i et samspill, i *intersensory relationships*.<sup>25</sup> David Howes understreker hvordan de ulike sansene, inkludert smaken, primært er å forstå i relasjon til hverandre.<sup>26</sup> Noe som gjør at sansene aldri kan studeres enkeltvis eller hierarkisk. Som *intersensory relationships* gjør studiet av sansene heller krav på tilstedeværelse, også fra forskerhold. Sansene lar seg derfor bare fortolkes om vi plasserer kroppen vår der det skjer, og er til stede der det skjer.<sup>27</sup> Samtidig kan sanseerfaringene forstås som en arena for å strukturere ulike sosiale roller og samhandling: ”Every domain of sensory experience is also an arena for structuring social roles and interactions. We learn social divisions, distinctions of gender, class and race, through our senses.”<sup>28</sup> Når mat gjør forskjellen og mat skiller, er det som oftest med utgangspunkt i hva vi liker og ikke liker. Gjennom maten og det å spise lærer vi oss de sosiale skillelinjene, hvordan samhandle og hvordan det sosiale og kulturelle livet skal struktureres og ordnes.<sup>29</sup> Gjennom sansene foretar vi med andre ord valg, kanskje til og med valg som vi

gjør uten å kjenne ambivalens. Det gir grunn til å spørre etter hvilke sanser, verdier og kanskje til og med moralske landskap som vi under Bergen Matfestival blir bedt om å åpne oss for, og hvilke vi blir bedt om å stenge av for? Finnes det mat på matfestivalen som kanskje ikke skulle vært der og som vi heller ikke burde smakt på, og i alle fall ikke like? Men kanskje heller burde ha spyttet ut?

### Å SMAKE FORSKJELLEN

Under Bergen Matfestival står folk i kø. De strekker seg etter lukten. De er på jakt etter smaken, men også etter smaken av forskjellen. Skjærefjølen med de mange forskjellige typene av spekepølser blir regelmessig rettet ut mot festivalens publikum, og med spørsmål fra matprodusenten: "Om du kan kjenne forskjellen?" Og det er nettopp hva folk gjør: de smatter, smaker og kjenner – etter forskjellen. I feltnotatet fra dag en, under den første festivalen, skriver jeg derfor – og kanskje noe euforisk: "Ja, det er smaken jeg må finne fram til – få i snakk. Vi må snakke om smak, mat – informantene må snakke om maten. [...] Men at jeg ikke har skjønt dette før!"<sup>30</sup> Matfestivalen handler i første rekke om mat, og om smak, og etter hvert om smaken av forskjellen. Og for meg blir dette en slags aha-opplevelse og til et refleksivt vendepunkt.

For hvilken mat var det som ble stilt ut og satt fram? Hvilken mat og hvilke smaker var vi ment å skulle like, og kanskje ikke like? Under Bergen Matfestival er det svært mye å velge i, her finnes kjøtt, fisk, bær og frukt. Mat som er tilberedt på et mangfold av måter: frosset, vakuumpakket, tørket, saltet og syltet. Her finnes mat som er produsert på forhånd, men også mat som produseres på stedet og under festivalen. I lokalavisen *Bergen Arbeiderblad* kan vi likevel lese om hvordan: "Lappene har en tendens til å være fryktelig populære under Matfestivalen, og i år var intet unntak [...]"<sup>31</sup>

De er rykende og varme, og nesten litt vanskelig å holde om, selv med serviett eller ved hjelp av en papptallerken. Disse deigete melkekakene, litt tykkere enn en ordinær pannekake, ser ut til være populære under Bergen Matfestival – i år som i fjor, og som året før det igjen. De blir lagd under selve festivalen og produsert på stedet. Og alltid stekt på store takker og på stekeplater. Gjerne syv om gangen. I enkelte boder og hos enkelte matprodusenter har de flere takker plassert etter hverandre. Det gjør matprodusentene i stand til å steke så mange som fjorten til tjuelapper om gangen.



Fireårige Magnus forsyner seg med liv og lyst av lappen.

Det syder og freser godt i stekeplatene under Bergen Matfestival. Lukten fra lappene legger seg i besnærende striper ut mot kaien og sjøen. Det lukter så godt at køene framfor bodene til lappeprodusentene blir lengre og lengre i påvente av at lappene skal bli ferdig stekt. Under matfestivalen går lappene unna ”som varmt hvetebrød”. Responsen er derfor litt overraskende når jeg i møte med festivalledelsen og arrangørene drister meg til å spørre om det finnes noe mat som ikke passer inn under festivalen. Festivalledelsen og arrangøren drar litt på det: ”Jo ... eller rettere sagt nei ...” Og drar på det en gang til:

*Informant: Naai, tsee ... Vi har jo nokke som er på kanten då. Så har jo ... Vi har ... Har jo det ... Vi har blant annet en, nokken som drive å steike lappar der. Og det er jo litt på kanten av det som ...*



*Connie: Jammen, korfor det då?*

*Informant: Det har ikkje nokke sånn tilknytting der. Det blir bare en produksjon, sant.*

*Connie: Ja, de komme ... Altså, tilknyttingen ...*

*Informant: Altså, de har lagd masse lappar, sånn der røre heime og så står de å steike og selge der for en dyr penge.*

*Connie: Ja, de er ...*

*Informant: uten at det er ... Det er ikkje nokke verdi i å stå å steike lappa, sant.*

*Connie: Nei, det er sant ...*

*Informant: Ingenting!*

*Connie: Det har eg ikkje tenkt på. [...] <sup>32</sup>*

Det ser ut som det finnes mat som ligger og vipper på kanten av hva denne festivalen er, som så å si markerer festivalens grenselinje. Det gjelder for lappene. Og i grunnen hadde jeg aldri tenkt på det – at disse lune, myke, deilige melkekakene var uten verdi. De er ”ingenting”. Som mat ser lappene altså ut til å mangle den meningen som festivalledelsen gjerne vil at denne festivalen skal ha. Kan det ha noe med innholdet og ingrediensene å gjøre, eller kanskje andre ting? Under intervjuet får jeg ikke umiddelbart tak i hva det går i.

Lapper som matrett har ofte blitt kategorisert som mat til kaffe og som ”kaffemat”, men også som ”ettermat” og som dessert. I tillegg går lappene under betegnelsen ”svele”, og blir gjerne tenkt på som tradisjonsmat. Om vi legger til grunn et ”wikipdiansk” tilfeldig utenfraperspektiv lar en svele seg definere på denne måten:

*Svele (plural: sveler (indefinite), svelene (definite) is a Norwegian batter based cake. By size and texture they may bear some resemblance to American pancakes, but are usually eaten for afternoon coffee or as a snack between meals, served with butter and either sugar or brunost, folded*

*in half to the shape of a crescent. Baking soda and salt of hartshorn are used as rising agent in svele, which give this cake its characteristic flavour. Recipes may differ slightly according to region or to house recipes, but usually include egg, sugar, kefir, wheat flour and butter in addition to the above mentioned rising agents. The svele is fried on a griddle or in a lightly buttered frying pan.*<sup>33</sup>

Mens lappene/svelene som mat og matrett så vidt har fått innpass og ligger på vippen for hva denne festivalen er, finnes det også matretter ved Bergen Matfestival som har falt utenfor. Dette gjelder for eksempel for smultringene, og smultringprodusentene. Festivalledelsen og arrangørene utdyper:

*Neimen, altså det er en sånn type som står der med frityr og ... Og, altså det, det ... Det er sånn som eg ikkje vil ha nokke ... [Som] Vi ikkje har nokke tradisjon for, sant. Det er som regel folk som reiser rundt, bare på ... Fra festival til festival.*<sup>34</sup>

Det fantes produsenter og utstillere som ble holdt utenfor, og mat og matretter som ikke passer inn. Når smultringene ikke får innpass, er det i første rekke fordi det ikke finnes tradisjon for denne typen matrett, og for smultringer. Smultringene manglet tilknytning, i følge festivalledelsen. Dette var også tilfelle for lappene, de hadde ”ingenting”. Men oppskriftene på lapper/sveler har som kjent variert fra bygd til bygd, fra gård til gård, og fra familietradisjon til familietradisjon – og fra mormor til mormor. Lappene har tilknytting så det holder, de osrer av familie, intime bånd og kvinnefelleskap i generasjoner. Lignende er tilfelle for smultringene. De blir sett på som en viktig del av den norske juletradisjonen, og regnes som ett av de syv slagene som skal bakes til jul. Ofte omtales smultringer

**”LAPPENE HAR TILKNYTTING SÅ DET HOLDER, DE OSER AV FAMILIE, INTIME BÅND OG KVINNEFELLESKAP I GENERASJONER.”**

som *tradisjonsmat*, et begrep som gjerne blir definert som den maten vi lager til høytider og jul.<sup>35</sup> Likedan som for lappene sin del blir det derfor vanskelig å svelge innvendingen om at smultringene er noe vi mangler tradisjon for.

Er det lukten av frityr som skjærer festivalledelsen litt for skarpt i nesen, og som gjør at smultringene ikke får innpass mens lappene så vidt kan passere?<sup>36</sup> Eller hva om det er noe helt annet: Hva om det er ”angsten for skilpadden”?

I studien av Karen Blixens novelle *Babettes gjestebud* (1958) er antropologen Elisabeth L'Orange Fürst noe mindre opptatt av de litterære kvalitetene enn av maten og matens betydning. Og det er når novellen dreier seg i retning av de ulike matrettene, og de rettene som blir servert under Babette sitt gjestebud, Fürst velger å kommentere angsten for skilpadden: ”Angsten overfor skilpadden, dette dyriske stykket natur, har å gjøre med at den presenteres som mat, samtidig som den i denne kulturen (den norske) ikke betraktes som mat, men derimot som uspiselig. Det farlige med ukjent mat er at den er potensielt giftig.”<sup>37</sup>

De ti siste årene har det vokst fram et nytt tverrfaglig forskningsfelt – matpolitikk. I boken *Den politiserte maten* (2003) forklarer forfatterne den økende interessen for matpolitikk på denne måten: ”Tillitten til maten, de som lager, selger og kontrollerer den, er tynnslitt i en tid da vi spiser og forbruker mer enn noen sinne.”<sup>38</sup> I omgang med maten er altså tillitt blitt til en avgjørende komponent, men også en av flere sentrale forutsetninger for at vi drister oss til å putte noe i munnen og velger å spise. Det er når mat oppfattes som potensielt farlig, eller ”potensielt giftig”, at mat blir til politikk.

Under festivalen viser lappene seg å være verken giftige eller farlige. Og de blir heller ikke betraktet som særlig uspiselige. Tvert om. De er umåtelig populære. Og ukjent og fremmed mat er de heller ikke. Når

det kommer til smaken er de verken søte eller salte, heller midt imellom, kanskje mest søte og med en smak av vanilje. Til konsistens er de verken harde eller flytende, men deilig myke og bløte. De legger seg lunt mellom fingertuppene når de blir brettet sammen og ført opp til munnen. De blir sugd inn med tungen og er så godt som uten tyggesmotstand.

Den franske filosofen Gaston Bachelard (1884–1962) har gjort flere beskrivelser av det materielle. Samtidig er han påpasselig med å understreke hvordan det han kaller de materielle bildenes energi og liv ikke springer ut av objektene selv, men ut fra den menneskelige fantasien.<sup>39</sup> Når Bachelard velger å fantasere om deigen, er det altså som en menneskelig fantasi og som et tenkt sanselig objekt.<sup>40</sup> Og det er i første rekke deigens konsistens som opptar ham:

*I fantasin hos var och en av oss existerar den materiella bilden av en ideal deg, en perfekt syntes av motstånd och smidighet, en underbar jämvikt mellan de bejakande och de avvisande krafterna. Utifrån detta jämviktstillstånd, som skänker den arbetande handen en omedelbar munterhet, uppstår det omvänt nedsättande omdömet om det alltför mjuka och det alltför hårda.<sup>41</sup>*

Lappene hadde åpenbart noen av de samme egenskapene som den deigen Bachelard beskriver, og som han her beskriver som den materielle egenskapen ved mykhet. Men var de for myke, og kanskje til og med ”altfor myke” – og for myke for hva denne festivalen er, og ment å skulle være? Kan det være at lappene, disse deilige og myke melkekakene, er utsatt for det nedsettende omdømmet ved ”det altfor myke”?

Mykhet, og ”det altfor myke” har også interessert etnologen Regina Bendix. I artikkelen ”The Cream Effect” forsøker Bendix å sirkle inn ulike empiriske fenomen som kan tilskrives effekten av ”det altfor

myke”. Hun skriver om krem, og den effekt som krem har. Krem gjør ikke bare maten mildere og mer harmonisk i smaken, den gjør også kaffen, kakaoen og kaken til noe deilig og mykt. Og som hudpleieprodukt myker kremen opp huden, i tillegg tilfører den kropp og sjel en opplevelse av glede, velvære og nytelse. Men den har også en annen effekt:

*As the smooth richness spreads slowly and pleasurably through the body, the mind seems to slow down, helping the body capture all the goodness that can be had from a dollop of cream. Yet given this effect, and given human communicative rules and ruses, the cream effect is also available for manipulation: I am not the only one who can order hot chocolate with whipped cream [...].<sup>42</sup>*

Egenskapene ved kremen og ”det altfor myke” må ifølge Bendix tilskrives den komplekse sammenhengen mellom nytelse og skyldfølelse. Noe som også gjør at ”det altfor myke” har en effekt: ”The cream effect”. ”Det altfor myke” tilfører ikke kun nytelse, glede og deilighet, men setter også kropp og sjel i modus for manipulasjon. Krem blir ”farlig”, og til noe ”farlig godt”. Bachelard på sin side velger å snakke om det nedsettende omdømmet til ”det altfor myke”, men understreke også hvordan det finnes et materielt bilde av den perfekte likevektstilstanden i fantasien. Deigen er og blir et ideal. Var dette et ideal som også finnes ved Bergen Matfestival?

*Connie: Ja. Men kva skulle det ha vært ... Kva skulle til då, for at de skulle kunne ha stått her, disse der, altså lappeprodusentene.*

*Informant: Nei, for eksempel at de hadde hatt eggproduksjonen sin sjølv eller melka sjølv, sant.*

*Connie: Råvarene og ...*

*Informant: Ja.*

*[...]*

*Connie: Altså, at det ligger nokken kriterier. At de. Altså at de hadde ... At produksjonen ...*

*Informant: Ja.*

*Connie: At de kunne hatt produksjonen.*

*Informant: Ja, og det òg økar kvaliteten. På publikum når de kommer der, de veit at det her er ekta, at det som er her ...<sup>43</sup>*

Det er som om festivalledelsen endelig har funnet et svar de kan si seg fornøyd med, og som vil gjøre lappene mer ”spiselige” og i stand til å yte den motstanden Bergen Matfestival er ute etter. Svaret går i retning av å tilføre egg og melk, noe som vil få lappene til å størkne og stivne. Svaret går altså i retning av å tilføre noe byggende og protein. Men kun så lenge de som lager lappene produserer eggene og melken sin selv. Bare da vil lappene, og kanskje til og med smultringene, få del i det gode selskapet – sammen med hjortepølsene, den økologiske isen, de hermetiserte plommene, kalkunfiletene, eplene etc.

Endelig fikk jeg vite hva denne festivalen var og hva den ville være. Den skulle være en festival med mat hvor utstillerne og matprodusentene produserte råvarene sine selv. Det tillitsskapende elementet som kunne få lappene og kanskje til og med smultringene til å havne innenfor var det ”ekte”, og at råvarene var ”ekte”.

Tillitten til lappe- og smultringprodusentene ser ut til å være lav, og for smultringprodusentene sin del fraværende. Mistilliten knyttet seg særlig til om råvarene er ekte, og ekte nok. Samtidig er lappene umåtelig populære under Bergen Matfestival. Har de likevel blitt utsatt for det nedsettende omdømme til ”det altfor myke”? Og for en ”kremeffekt” – om vi velger å bruke Bendix sitt begrep? For ifølge festivalledelsen mangler røren til lappene verken mel, egg, eller for den saks skyld melk. Det er nesten som om de deilige, myke lappene har gjort de besøkende under matfestivalen til myke og føyelige, og føyelige for manipulasjon.

Kan det være at ”det altfor mye” ikke har blitt møtt med nok tyggesmotstand, ryggrad, kjøtt og protein? Det som mangler, ser ut til å være motstand og tilhøre sfæren for moral og etikk.



Bergen Matfestival har åpenbart et genealogisk moment – eller rettere sagt et ”genealogisk fundament”.<sup>44</sup> Som regional- og lokalmatfestival baserer den seg på forestillingen om den ekte og opprinnelige maten. Maten skal kunne følges fra jord til bord. Dette gjør at utstillerne, bøndene og matprodusentene aller helst bør produsere råvarene sine selv. Så langt det lar seg gjøre, bør de holde de hønene som gir egg til kaka, stelle den kua som gir melk til røra. Matprodusentene blir dermed til noe mer enn produsenter av mat. De blir også til

**”DET FINNES EN FORVENTNING OM REGIONAL OG LOKAL MAT SOM ET MARKERT OG SANSELIG OBJEKT.”**

vitner. Som bønder, gartnere, småbrukere, hagebrukere og røktere blir de forventet å tilføre maten troverdighet som sannhetsvitner til matens opprinnelse og genealogi.

Men utover det genealogiske fundamentet er det også noe annet som må være på plass. Det finnes en forventning om regional og lokal mat som et markert og sanselig objekt. Regional og lokalmat skal smake, og den skal smake mye. Det blir forventet av lokal og regional mat at den skal å yte en særegen form for ”motstand”, og det vi kan kalle for ”sanselig motstand”.

### KONKLUSJON

Flere av Europa sine regioner tilhører det som den norske antropologen Odd Are Berkaak har kalt for ”Den påbegynte virkeligheten”.<sup>45</sup> De er

regioner og steder som kan bli, men som ennå ikke er. Når Europa i dag forvandles vil det derfor alltid legges til noe nytt og av samtidskulturell karakter. Dette var også tilfelle for det norske Vestlandet.

I dag står en rekke av regionene i Europa på startstreken til å satse på fremtiden. Og de gjør det ved å lene seg mot jorden. Som i et sprang. I Europa røres, ystes, kokes og stampes, smakes, drøftes og menes det noe om mat på en måte som var utenkelig for bare noen tiår siden. Dagens regionalisering ser dermed ut til å handle om noe annet og mer enn det tradisjonelle politiske budskapet om selvråderett og regionen som motor for ny økonomisk vekst. Som en påbegynt region ser Vestlandet ut til å følge en tredje vei. Vestlandet er i ferd med å ta form som en "sanselig region". Samtidig ser denne ut til å hente opp det mest tradisjonelle trekket fra tidligere former for regionalisering, nemlig motstand. Med denne motstanden kommuniseres ikke gjennom de tradisjonelle økonomiske og politiske kanalene, men i et annet språk og med en annen rasjonalitet, gjennom lukt, smak, konsistens og materialitet.



## NOTER

- 1 O'Dell 2002.
- 2 Reksten 2008.
- 3 Kalandides 2011.
- 4 Hansen 2002, 30.
- 5 Praznik & Dirlik 2001, 3; Frykman 2001.
- 6 Praznik & Dirlik 2001; Frykman 2001; Kapstad Reksten 2001; Reksten 2008.
- 7 Den årlige festivalen har flyttet på seg. I årene etter denne studien har festivalen forflyttet seg til andre torg og steder, men aldri særlig langt unna.
- 8 Kapstad Reksten 2002.
- 9 Her refereres det til begrepet om det lokale og regionale som et rommelig begrep. Det lokale og regionale gis derfor en beskrivelse i tråd med det empiriske materialet.
- 10 Hammerstad 2008.
- 11 PUB-009, -016, -018, -019.
- 12 PUB-003.
- 13 PUB-001, -004.
- 14 PUB-000, -003.
- 15 Hammerstad 2008.
- 16 Fürst 1995, 73.
- 17 Kayser Nielsen 2003.
- 18 Kayser Nielsen 2003, 142.
- 19 Becher 1990, 103 i Kayser Nielsen 2003, 142.
- 20 PROD-024.
- 21 Intervju PUB/ Bergen Matfestival / feltnotat/ 2008/ 2009.
- 22 Bergen Matfestival/ feltnotat/ fredag, 12. september 2008.
- 23 Frykman & Löfgren 2004.
- 24 Howes (ed.) 2005, 1.
- 25 Howes (ed.) 2003, xx.
- 26 Howes (ed.) 2003, 10.
- 27 Reksten 2008; Taussig 1993.
- 28 Howes (ed.) 2003, xi.
- 29 Jfr Burstedt i denna bok.
- 30 Bergen Matfestival/ feltnotat/ fredag, 12. september 2008.
- 31 Hammerstad 2008.
- 32 ARR/ informant 1/ Bergen Matfestival/ 2008.
- 33 "Svele", Wikipedia, the free encyclopedia.
- 34 ARR/ informant 1/ Bergen Matfestival/ 2008.
- 35 Amalien & Krogh 2007.
- 36 Lukten av frityr kan knyttes til etnisitet, men blir ikke drøftet nærmere i denne artikkelen.
- 37 Fürst 1995, 176.
- 38 Jacobsen, Almås & Johnsen 2003.
- 39 Bachelard 1994, 96.
- 40 Bachelard 1992, 96
- 41 Bachelard 1992, 91.
- 42 Bendix 2006, 16.
- 43 ARR/ informant 1/ Bergen Matfestival/ 2008.
- 44 Burstedt, Fredriksson & Jönsson (red.) 2006.
- 45 Berkaak & Ruud 1992.

*Studien er del av forskningsprosjektet "Sanselige regioner". Sted, mat og "place-marketing" i tre av Europas regioner, finansiert gjennom det tverrfakultære satsningsområdet Region og regionalisering, Universitetet i Bergen.*

Susanne Österlund-Pöttsch

# Folkfest i matens tecken

*Skördefesten på Åland som upplevelsekultur och (lokal)turism*

*Vid 13-tiden börjar regnet men nya besökare anländer hela tiden. Majoriteten av dem är utrustade med regnkläder, gummistövlar och paraplyn. Marken är våt och mycket lerig på sina ställen. Vädret tycks dock inte märkbart påverka den goda stämningen. Inte heller köandet för att komma in i ladugården och för ÅCAs [Ålands Centralandelslags mejeri] och Dahlmans [charkuteriföretag] smakprover tycks skapa irritation. Folk står i klungor och pratar och söker sig i viss mån under tak när regnet tillfälligt ökar. Det är tydligt att skördedagar är en social aktivitet – att träffa bekanta är del av paketet. Barnfamiljerna utgör en stor del av deltagarna och i många fall verkar far- och morföräldrar vara med. Många av besökarna går omkring med små plastpåsar med sina inköp medan några har korgar eller tygkassar med sig – och är med andra ord inställda på att handla.*

Utdrag ur fältdagboken, Skördefesten 2012<sup>1</sup>

**S**kördefesten är ett av de populäraste årliga evenemangen på Åland. Det började i tämligen blygsam skala som en söndagsmarknad vid Ålands Landsbygdscentrum i Jomala i slutet av september 1998.<sup>2</sup> Året innan hade Landsbygdscentrum varit värd för en marknad i samband med Ålandsutställningen ExpÅland. Tillställningen var en succé bland både försäljare och besökare, och tanken på en återkommande marknad uppstod. År 2002 gjorde Ålands Landsbygdscentrum

en studieresa till Ölands Skördefest, vilket gav inspiration till att ytterligare utveckla och bredda skördefestmarknaden. Följande år ordnades följaktligen en tvådagars skördefest med den populära marknaden på söndagen och det nya konceptet ”Öppna Gårdar” på lördagen – på så sätt utvidgades Skördefesten att omfatta flera åländska orter samtidigt. Skördefesten fick på detta sätt en bredare åländsk bas. Det var huvudsakligen större bondgårdar som var med, men även andra företag och restauranger deltog. Det visade sig att det fanns ett stort intresse bland den åländska allmänheten att besöka olika typer av produktionsenheter – speciellt sådana som vanligen inte är öppna för besökare. Sedan 2003 har många nya gårdar visat upp sin verksamhet för en helg. Några har fortsatt att delta i Skördefesten årligen, medan andra har varit med endast en gång eller under ett par år.

Mellan åren 1999 och 2013 ordnades Skördefesten i Landsbygdscentrums regi med landsbygdsutvecklaren Lena Brenner som verksamhetsledare. Skördefesten expanderade stadigt både vad gäller omfång, programutbud och besökarmängder. Efter femton år var evenemanget väletablerat, men det utvidgade formatet krävde alltmer arbete. Föreningen Skördefestens Vänner r.f. tog sålunda över arrangemangen för Skördefesten 2014. Festivalen har med tiden fått en annorlunda utformning än den ursprungliga söndagsmarknaden. Den största förändringen är att stormarknaden på Landsbygdscentrum inte längre ordnas och att Öppna Gårdar numera utgör stommen i Skördefesten. Skördefesthelgen utökades tidsmässigt till att också omfatta fredagen och 2013 infördes de så kallade Plåpp Åpp-gårdarna (en ålandifierad översättning av *pop-up*), det vill säga aktiviteter eller öppethållning under en begränsad tid. Avsikten med Plåpp Åpp var att få med gårdar som tyckte att det var för mycket arbete att hålla öppet hela veckoslutet, men som ändå var intresserade av att delta.

Ett av arrangörernas främsta syften med Skördefesten är att marknadsföra och främja åländska produkter. Det finns alltså klara ekonomiska bevekelsegrunder för festivalen. Evenemanget är kommersiellt framgångsrikt, men uppfattas även som något utöver ett tillfälle att sälja och köpa varor. Skördefesten på Åland beskrivs ofta som en ”folkfest”, det vill säga ett evenemang där folk träffas och trivs. Men vad är det som gör att evenemanget uppfattas som en ”fest för folket”, trots den kommersiella basen? I denna artikel diskuteras några av de faktorer som bidragit till populariteten hos just denna festival för lokal mat. Jag kommer speciellt att fästa uppmärksamhet vid ”jordnärlighetens” (kvaliteten av att vara jordnära) betydelse i detta sammanhang. Ordet ”jordnära” finns dokumenterat sedan 1950-talet och har betydelserna enkel, handfast och pragmatisk, men kan även förstås som något ”nära naturen” eller ”som rör vardagliga ting”. Använt om personer kan ordet referera till någon som uppfattas som okonstlad och realistisk, eller någon som har en livsstil som eftersträvar att likna ett ”naturligt tillstånd med korta produktionskedjor och okomplicerade hjälpmedel”.<sup>3</sup> Mitt antagande är att alla dessa betydelser har relevans för hur Skördefesten uppfattas och för hur dess popularitet förklaras. Huvudmaterialet för studien består av deltagande observation vid Skördefesten 2012 och 2013 samt intervjuer och samtal med såväl skördefestarrangörer som deltagande entreprenörer och besökare.

### NÄRPRODUCERAT OCH NÄRKONSUMERAT

Efter tjugo års existens är Skördefesten en institution och en omtyckt tradition för många ålänningar. Skördefesten har under senare år haft över 10 000 besökare årligen, varav den största gruppen är ålänningarna själva. Även antalet inresande besökare har ökat varje år och uppgick år 2013 till omkring 4 000 personer.<sup>4</sup> Evenemangets framgång

**”EVENEMANGETS FRAMGÅNG BYGGER PÅ EN KOMBINATION AV TRADITIONELLA NÖJEN OCH NYA TRENDER, MEN ÄVEN ÅLANDS GEOPOLITISKA SITUATION SOM EN TYDLIGT AVGRÄNSAD OCH SJÄLVSTYRD REGION HAR VARIT BETYDELSEFULL FÖR ATT SKAPA EN EGEN PROFIL.”**

bygger på en kombination av traditionella nöjen och nya trender, men även Ålands geopolitiska situation som en tydligt avgränsad och självstyrd region har varit betydelsefull för att skapa en egen profil. Turismaspekten har blivit alltmer framträdande och evenemanget har i allt högre grad börjat marknadsföras för turister.<sup>5</sup> Idén om ”de åländska råvarorna” och det lokalt producerade är

nämmligen en kungstanke i Skördefesten. Men att avgöra vad som går under beteckningen närproducerat är inte alltid enkelt. Ålands status som självstyrt örike har i detta fall gett ett ramverk<sup>6</sup> som tidigare verksamhetsledaren Lena Brenner beskriver som en stor fördel:

*Jag är i kontakt med många liknande projekt, både matprojekt och evenemang både på svenska och finska sidan. Och det största problemet som de har, som de påtalar hela tiden, är just det här att var de skall sätta gränserna. Vad är närodlat och vad är lokalproducerat? För att när man har satt gränsen så finns det alltid någon på andra sidan gränsen som också skulle vilja vara med. Och det här kommer alltid upp i diskussionerna när vi diskuterar det här. Man säger att man är lite avundsjuka på oss på Åland för här är det så klart och tydligt. Att avgränsningen det är Åland. Man behöver liksom inte diskutera det för att det är så självklart och naturligt.<sup>7</sup>*

Att Åland kan presenteras som en begränsad och avskild region är alltså till fördel i marknadsföringen av Skördefesten, samtidigt som matevenemanget bidrar till att stärka Ålands profil som en ”unik” plats. Åland kan som andra öar dra nytta av sin geografi när det gäller att marknadsföra sig till turister utifrån. Owe Ronström har beskrivit hur

kvaliteter förknippade med öar (såsom att de uppfattas som annorlunda, avlägsna och ålderdomliga) i detta syfte används i framställningen av kulturarv för turister.<sup>8</sup> På Gotland har exempelvis lokala maträtter som saffranspannkaka varit en central del av satsningen på kulturarvsturism.<sup>9</sup> Lena Brenner bedömer beslutet att endast åländskt producerade produkter får säljas som ett lyckat val, inte enbart för att det attraherar besökare utifrån, utan även för att ålänningar gärna handlar lokala livsmedel:

*När man kommer hit som turist så vill man ju gärna uppleva den åländska maten och se vad det är för specialiteter som man har just här. Men vi märker att även ålänningarna är väldigt intresserade av att botanisera i vad det finns för produkter på Åland. Och speciellt under Skördefesten så finns det ju mycket produkter som inte finns till försäljning i vanliga fall. För att det är ju många, skall vi säga, hemmafärdare som gör sötost och kalvdans och sådana saker privat.<sup>10</sup>*

Begreppet lokalmat i skördefestsammanhang omfattar med andra ord inte enbart närproducerade råvaror, utan även olika lokalt tillagade specialiteter. Förutom traditionella maträtter som kalvdans och ålandspannkaka, har ett flertal nya matinnovationer blivit återkommande inslag. Mac Harrys "Ledholmare" (en hamburgare med strömmingsflundra) är ett etablerat snabbmatskoncept på åländska festivaler och marknader. För många som besöker Skördefesten hör det även till att äta till exempel abborrhämma eller Bolstaholmsburgare (hamburgare på oxkött från Bolstaholms gård). Det åländska bryggeriet Stallhagen producerar ett säsongöl, Stallhagen Skördefest, som under september månad säljs vid olika skördefestevenemang, men även i ett antal åländska matbutiker och restauranger. Under Skördefesten finns det följaktligen en mängd matvaror till salu som ytterligare betonar



Skördefesten lyfter fram den lokala åländska maten, både närproducerade råvaror men också nya matinnovationer.

den lokala dimensionen och evenemangets specifika festivalkaraktär. Specialprodukterna i sig stärker å ena sidan festivalkänslan genom att de inte erbjuds till vardags, å andra sidan är den omgivande Skördefesten en väsentlig del av *upplevelsen* kring konsumerandet av dessa produkter.

Intresset för lokalmat är en internationell trend som tog sig gastronomiska uttryck redan på 1960-talet, men som fått ökad uppmärksamhet från 1990-talet framåt.<sup>11</sup> En orsak till den lokalproducerade matens ökade synlighet är att den är förknippad med en mängd aktuella frågor gällande allt från hälsa, ekologi och hållbarhet till patriotism och platsidentitet.<sup>12</sup> Lokalmatfestivaler, återupplivade torgmarknader med närproducerat (som den svenska riksföreningen Bondens egen Marknad) och noggranna geografiska specifikationer i restaurangernas menyer är alla indikationer på det allmänna intresset för var och hur

matvaror producerats.<sup>13</sup> Det uppfattade starka förhållandet mellan plats och råvara har inom *haute cuisine* kristalliserats i begreppet *terroir*.<sup>14</sup> Tanken om att platsens specifika omständigheter och kvaliteter, omfattande bland annat klimat, jordmån och framställningstraditioner, ger en produkt dess unika smak och konsistens finns med i marknadsföringen av åländska produkter. Även om begreppet *terroir* i sig sällan används i dessa sammanhang är retoriken densamma, och det åländska ölandskapet stärker effekten: allt från mikroklimat och småskalighet till havsluft och traditionella metoder koncentrerar platsens smak och skapar en *super terroir*.<sup>15</sup>

Lokalmat var en av de bärande idéerna i Nordiska ministerrådets program ”Ny nordisk mat II” (2010–2014). NNM II bygger på manifestet för det Nya nordiska köket (2004).<sup>16</sup> Ett av huvudsyftena har varit att göra Norden synligt på den gastronomiska världskartan, men viktiga strävanden var även att upplysa om hälsosam kost och understöda småskalig lokal livsmedelsproduktion i de nordiska länderna. Ett evenemang som Ålands Skördefest passar därför mycket väl in under detta paraply, och anknytningspunkterna till ministerrådets program är många. Ny nordisk mat har sedan 2011 en egen referensgrupp på Åland, Ny Nordisk Mat Åland, som driver projektet MatÅland vars syfte är att stärka Åland som gastronomisk region. Projektet är en samarbetspartner till Skördefesten. Skördefestens tidigare verksamhetsledare Lena Brenner var ordförande i styrgruppen för NNM II, vilket ytterligare stärkte kopplingen mellan riktlinjerna för Skördefesten och principerna för ny nordisk mat.

En annan, men inte mindre viktig, aspekt av det lokala som Skördefesten bygger på är en stark platsanknytning. Redan det officiella namnet, ”Skördefesten på Åland”, signalerar den geografiska dimensionen. Detta är en fest som firar den *åländska* skörden – och underförstått



**”SKÖRDEFESTEN HAR EN DUBBEL  
FUNKTION I RELATION TILL  
PLATSEN GENOM ATT DELS VÄNDA  
SIG INÅT MOT LOKALSAMHÄLLET,  
DELS UTÅT MOT OMVÄRLDEN.”**

även platsen Åland. Skördefesten har en dubbel funktion i relation till platsen genom att dels vända sig inåt mot lokalsamhället, dels utåt mot omvärlden. Den norska folkloristen Torunn Selberg har konstaterat att en plats skapas i exakt denna typ av ständigt pågående kulturella processer i växelverkan med processer utanför platsen.<sup>17</sup> Skördefesten på Åland är en form av platsskapande, där det lokala och det globala samverkar. Intresset för lokal mat och för matfestivaler är en global trend som här iscensätts lokalt. Men det globala kan även ses som ett motsatsförhållande. När tidningen *Nya Ålands* chefredaktör i en ledare diskuterade Skördefesten 2008 tog hon fasta på spänningen mellan det lokala och det globala:

*När man besöker gårdar runt om på Åland möts man av en stolthet och småskalighet som i stordriftens Europa ska elimineras men som känns så rätt. Man möter en vardag som är fjärran från de livsmedelsfabriker till bondgårdar en ekonomisk effektivitet kräver, och man drabbas (igen) av insikten att den åländska landsbygden är rent otroligt vacker.<sup>18</sup>*

När det lokala kontrasteras mot det globala får det samtidigt mer kontur. Platsen beskrivs som stolt, småskalig, vardaglig – och vacker. Det är en närmast uppstudsigt närhet till den egna jorden som framställs här. Återigen är Ålands gränser och småskalighet en fördel i framställningen av platsen. Storleken, eller snarare bristen på den, gör Åland begriplig som region.<sup>19</sup> Därmed kan regionen Åland fungera som en konkret motpol till en abstrakt internationell industri.

Platsmedvetenheten tycks vara stark hos många av Skördefestens deltagare och Åland beskrivs som en speciellt fördelaktig miljö för matentreprenörer. Fåruppfödaren Anders Stenmark från Björkö Lamm, som under många skördefester sålt sina produkter vid Sjöfarts kvarteret

i Mariehamn, påpekar att den åländska traditionen av småskalighet gör det lättare att hitta både samarbetspartner och en marknad för specialprodukter även i mindre partier.<sup>20</sup> Ann Sundberg vid Bolstaholms gård betonar att Ålands litenhet gör det lättare att etablera ett varumärke – ryktet om en god produkt sprids snabbt. Hon konstaterar även att ön som plats passar väl för Skördefesten, även för besökare utifrån: ”...vi har ett geografiskt begränsat område, och när du kommit hit en gång så är du här.”<sup>21</sup> Geografin gagnar Åland även genom den relativa närheten till de finska och svenska fastlanden och genom de goda förbindelserna. Det är sålunda varken särskilt dyrt eller besvärligt för hågade skördefestturister att ta sig till Åland för ett veckoslut.<sup>22</sup>

Att ta emot gäster är naturligtvis ingen huvudsyssla för de gårdar som deltar i Skördefesten, utan begränsar sig till festivalveckoslutet. Evenemanget innebär mycket arbete och kräver ofta extra inkallad arbetskraft. Förutom de omfattande förberedelserna före festivalen, behöver gårdarna ha personal som under själva veckoslutet tar hand om allt från parkeringsplatsen till servering och olika aktiviteter. Bolstaholms gård är en av de största och populäraste gårdarna på Skördefesten.<sup>23</sup> Såväl arrangemangen som besökarna har vuxit från år till år, berättar Ann Sundberg:

*Så där 2005 var vi med första året i Skördefesten och då hade vi varit lite smått trevande två år före. Vi var inte med från början riktigt, men folk började fråga att kan inte ni vara med också. Så jag tänkte, ja men vi provar och är med [- - -] Och [vi] visste ju inte alls hur mycket kött det skulle gå åt eller hur mycket folk överhuvudtaget [- - -] det var ju bara [min man] och jag som skulle göra det där och det kom ju massor med folk. Vi hade säkert 1 000 personer, 700 till 1 000 personer var det säkert. Folk parkerade längs vägarna, vi hade ju ingen organiserad parkering eller någonting: vi bara provade ju på. Och då sålde vi det där köttet på*

För många är Skördefesten framför allt en folkfest som erbjuder en möjlighet att träffa bekanta och komma ut till de åländska gårdarna. Bolstaholms gård är en av de största och mest besökta gårdarna.

*två timmar! [– – –] Det var inte alls lika mycket som vi har i dag, men vi hade lite extra försäljare som sålde lokalproducerat. Sedan har det vuxit för varje år nästan, eller de här senaste åren har vi väl haft det ganska lika här med aktiviteter. Vi har skattjakt i halmslott, så här superenkelt, vi kastar guldpengar dit med choklad och så får man leta, och det där är jättepopulärt. Och tramptraktor-rally, och åka häst och vagn. Och farfar sköter om en guidad tur till kobetet, en biltraktor som man får åka släp efter och det är jättepopulärt. Han berättar lite om gården och vad vi gör och lite historia. [– – –] Så vi kör det helt i egen regi i dag och det funkar*



*bra. Vi har ju alla aktiviteter kvar ändå. Istället har vi mera, det har kommit till mera försäljare. Externa försäljare. I fjol hade vi rekord, vi kan inte ta in flera försäljare än vad vi hade i fjol.<sup>24</sup>*

Men att delta i Skördefesten är ansträngande, konstaterar Sundberg. På Bolstaholms gård inleds de konkreta förberedelserna en månad i förväg, men Skördefesten finns med i någon mån året om. Direkt efter att festen är över gör hon en utvärdering av vad som borde förändras eller förbättras till nästa år. Exempelvis är det för en större gård speciellt viktigt att se till att man har tillräckligt med personal för dagarna.

Även för entreprenörer i mindre skala kräver deltagande i Skördefesten en intensiv insats. Under mitt fältarbete vid Skördefesten 2012 anlände jag vid 16-tiden på lördagen till Pettas ekologiska café i Finnö, Geta. Den omtyckta soppan hade då tagit slut och kaféägaren Ulf Eklund förberedde som bäst en ny sats. Även så gott som allt bröd var slut och jag köpte en av de sista limporna. Karin Eklund berättade att så fort de stängt för kvällen skulle hon ställa sig och baka för följande dag. ”Vila”, skrattar hon, ”det går inte att göra före på måndag”.

Upplägget med många olika stationer utspridda över fasta Åland gör att Skördefesten kan sägas omfatta hela Åland, ett intryck som förstärks av att vägarna mellan de deltagande gårdarna har försetts med skördefestskyltar och dekorationer som binder ihop de enskilda punkterna. Projektgruppen bakom Skördefesten har under många år gjort skördefestkartor över Åland med tydliga markeringar av de gårdar som ingår. Även sociala medier används flitigt för att på olika sätt informera om Skördefestens program. Åland förvandlas över ett veckoslut till ett matlandskap, som det går att konsumera och engagera sig i, men i en skala som är överblickbar.

## UPPLEVELSEKULTUR

*Jag vill att mina barn skall få uppleva äkta bondgårdar – och de älskar att hoppa i halmen. Skördefesten är mysig och genuin.*

Skördefestbesökare, Utdrag ur fältdagboken 2012<sup>25</sup>

”Mysig” är kanske det vanligaste adjektivet när besökare tillfrågas om vad de tycker om Skördefesten. Typiskt verkar även vara att festivalen upplevs som familjär trots sin storlek. Även om ”hela Åland” är den potentiella arenan, sker de enskilda besöken på privata gårdar och mindre företag. Det är småskaliga och vardagliga arbetsplatser som utgör Skördefesten. Miljöerna är alltså enkla, realistiska och handfasta – med andra ord jordnära.

Skördefesten är uppbyggd kring upplevelser där sinnen står i centrum.<sup>26</sup> De deltagande gårdarna lockar med dofter, smaker, färger, vackra dekorationer, musikuppträdanden, taktila upplevelser och sociala sammanhang. Öppna gårdar är ett populärt koncept i hela Norden och är på många orter en årligen återkommande begivenhet. Utbudet av aktiviteter varierar naturligtvis, men det finns många givna favoriter såsom halmhoppning, möjligheten att träffa och klappa djur på gårdarna, utställning av olika lantbruksmaskiner eller verktyg, demonstration av tillverkningsprocesser och traktorsafarin kring gårdarnas ägor. Eftersom barnfamiljer är en av de viktigaste målgrupperna erbjuder de flesta gårdar aktiviteter som är speciellt riktade till barn. Förutom möjligheten att fylla en helg med program ser många föräldrar Skördefesten som ett pedagogiskt evenemang. Flera av de föräldrar jag talade med betonade att de tyckte att det var viktigt att deras barn fick uppleva en verksam bondgård och lära sig om hur matproduktion går till, även om någon förälder tillade att de i första hand besökte de gårdar som hade halmhoppning, eftersom barnen tycker det är roligt.

Under Skördefesten blir landskapet i sig en aktivitet.<sup>27</sup> Kartan över Skördefesten fungerar som en skattkarta med löften om läckra fynd. Upplägget ger dessutom deltagarna stor flexibilitet: Ska man se och göra så mycket som möjligt eller bara besöka ett evenemang? De barnfamiljer jag talade med under skördefesterna 2012 och 2013 besökte i snitt tre till fem gårdar under en dag. Några besökte till och med samma gårdar under flera dagar eller kom tillbaka för kvällsprogram. ”... för det är så mysigt då med alla ljus och lyktor”, kommenterade en besökare. Ett äldre par berättade att de under tidigare år hade besökt flera gårdar, men att de under de senaste åren koncentrerat sig på nyintroducerade gårdar eller sådana som hade något specialerbjudande de var intresserade av. I min fältdagbok från Skördefesten 2013 noterar jag att samma gård kan erbjuda mycket varierande upplevelser för olika typer av besökare:



Barnfamiljer är en viktig målgrupp för Skördefesten. De öppna gårdarna bjuder ofta på olika aktiviteter och upplevelser med anknytning till livet på en bondgård.

*När jag i efterhand utbytte Skördefesterfarenheter med min systers familj och min mamma (alla fastboende på Åland) konstaterade vi att även om vi alla besökt ÅCA under lördagen hade vi tagit del av helt olika saker. Jag var den enda som hade besökt ostlagret och bekantat mig med smakproverna där. Min mamma hade varit till Ålandsbagaren och sedan fortsatt till övre våningen av ÅCA där hon hade tittat på en c. 10 minuter lång informationsfilm om osttillverkning. Hon hade även träffat flera bekanta*

*som hon stannat och pratat med. Min syster med familj hade helt och hållet koncentrerat sig på barnaktiviteterna och huvudsakligen upprätthållit sig vid brandbilen som blev en stor hit hos mina systersöner. Den blandade åldersbilden (från småbarn till pensionärer) är typisk för de flesta Skördefestgårdar och de flesta åldersgrupper tycks hitta något av intresse.<sup>28</sup>*

Plåpp Åpp-aktiviteterna, som introducerades 2013, har ytterligare diversifierat de olika typer av programpunkter som erbjuds under skördefesthelgen. Tyngdpunkten i Skördefestens breda programutbud ligger dock på aktiviteter relaterade till mat. Många olika slags upplevelser kan skapas med mat som tema.<sup>29</sup> Smakupplevelser i form av direkt konsumtion av matprodukter är en viktig del av festivalkänslan, men konsumtionen sker även via inköp av produkter som frestar med sitt utseende och sin doft. Många programpunkter är kopplade till produktionen av matvaror, som till exempel en guidad rundtur av robotmjölkade kor på Bodamjolk. Ett stort antal av aktiviteterna utgår ifrån gårdens vardagssysslor, som en form av exotifiering av vardagen.

Skördefesten har även påverkat utbudet och produktionen hos flera entreprenörer. Man vill gärna erbjuda produktnyheter i samband med Skördefesten, konstaterar djuruppfödaren Ann Sundberg:

*Det har ju också stimulerat till att det har kommit mera produkter på Åland, livsmedelsprodukter, som det aldrig skulle ha gjort annars. Det kan vi ju bara se på vår gård till exempel. Eller de kanske skulle ha kommit, men det skulle ha gått mycket långsammare, utvecklingen. Skördefesten har påskyndat det.*

En av fördelarna med att kunna erbjuda nya produkter på just Skördefesten är att tillverkarna där direkt kan få respons från kunderna, tillägger Sundberg. När folk kommer till Skördefesten har de avsatt tid för sitt besök och har inte bråttom till möten, dagis eller middagsbestyr:

*[D]å har man tid att gå och provsmaka olika korvar och prova olika kryddblandningar. Ibland har jag varit i någon butik och "demat" också – bjudit på smakprover på vår medwurst eller biffar – men du får aldrig samma kontakt och samma respons som du får på Skördefesten.<sup>30</sup>*

I sin studie av turistindustrin på Estlands landsbygd konstaterar etnologen Ester Bardone att rurala turistentreprenörer fungerar som kreativa regissörer och aktörer i iscensättandet av upplevelser för besökare.<sup>31</sup> Aspekten av iscensättning och kreativitet är kännetecknande även för de gårdar som deltar i Skördefesten. Här rör det sig dock om en tillfällig satsning, även om det för många har blivit en årligen återkommande sådan.

En stor del av de upplevelser som erbjuds på skördefestgårdarna är kopplade till sinnen. Iscensättningen av Skördefesten handlar i mångt och mycket om en estetiseringsprocess.<sup>32</sup> De deltagande gårdarna får instruktioner från arrangörerna om hur en skördefestgård ska se ut, vad man bör tänka på och vad man bör undvika. I Skördefestens nyhetsblad uppmanas deltagande entreprenörer till "omtanke i detaljerna":

*För att göra det mysigt och mer genuint på Skördefesten strävar vi efter att få bort "plastkänslan". Använd tex papperssäck i soptunnorna, använd rep vid parkeringen, ställ ut bänkar med trasmattor på som sittplatser istället för plaststolar. Tänk även på att baksidan på försäljningsstånden ska vara snygga! Dekorera med vad naturen ger; äppel (Skördefestens symbol), halmbalar, vass, säd, kvistar, grönsaker m.m. Våra gäster kommenterar ofta att de är imponerade av den omtanke i detaljerna som deltagarna har!<sup>33</sup>*

Det är alltså traditionella material och enkla dekorationsdetaljer som rekommenderas. Arrangörerna har även strävat efter att förenhetliga skördefestgårdarna och uppmanat dem att använda Skördefestens symboler, äpplet och stormlyktan. Helhetsintrycket är alltså mycket



viktigt för upplevelsen och för försäljningen, men gårdarna får inte ge en känsla av att vara alltför slipade och professionellt turistanpassade, utan bör kännas äkta och visa upp en trovärdig vardaglighet.<sup>34</sup> Trots att mycket av dekorationerna och aktiviteterna skapar associationer till traditioner och ”förr i tiden” är en nostalgisering av landsbygden inte ett övergripande syfte. Tvärtom är en av grundtankarna hos både arrangörerna och de deltagande gårdarna att visa upp moderna jordbruk.

De deltagande gårdarna uppmanas att dekorera på ett genuint sätt med traditionella material, gärna med Skördefestens symboler äpplet och stormlyktan.



Skördefestkonceptet handlar om att det är *verksamma* bondgårdar (eller andra företag) som *tillfälligt* öppnar sina dörrar för besökare. Undantaget här är givetvis restauranger och kaféer vars explicita uppgift är att servera mat åt sina gäster även utanför Skördefesten. Men i övrigt innebär evenemanget en märkbar förändring av landskapet i och med att privata gårdar tillfälligt blir publika platser. Åland blir en arena för upplevelser.

Landsbygdsturism är en starkt växande nisch och en strategi för att skapa tillväxt i rurala områden.<sup>35</sup> Skördefesten passar in under benämningen landsbygdsturism, men kan även beskrivas som en form av lokalturism eller vardagsturism för de åländska besökarna. Konceptet Öppna Gårdar gör det möjligt att bekanta sig med platser som det annars inte skulle vara socialt acceptabelt att gå runt och upptäcka. Nyfikenhet är en viktig ingrediens när det gäller Skördefestens popularitet, och speciellt de gårdar som deltar för första gången brukar locka många besökare. Flera besökare jag talade med nämnde att det var intressant att se ”hur folk har det”, även om den övervägande delen av aktiviteterna sker utomhus eller i bruksbyggnaderna och besökare inte släpps in i själva hemmen. Öppna Gårdar skapar en känsla av att få se ”bakom kulisserna”, trots att skördefesthelgen ingalunda är en del av vardagen utan en högst annorlunda och mycket väl förberedd händelse för gårdarna.

### DEN FOLKLIGA FESTEN

För de landsbygds- och matturister som inte bor på Åland är Skördefestens popularitet och starka ställning bland lokalbefolkningen en av dragningskrafterna, observerar Skördefestens långvariga verksamhetsledare Lena Brenner:

*[För turister] tror jag det är intressant att det här är ett evenemang som har börjat just för ålänningarna och att man får beblanda sig med ålänningarna. Det är inte bara ett turistiskt evenemang där det är enbart turister utan här får man verkligen träffa ålänningarna också. Det tror jag att man uppskattar som besökare utifrån.<sup>36</sup>*

Lokalbefolkningen, både entreprenörer och vanliga besökare, har helt enkelt blivit en del av upplevelsen. En svensk bussresearrangör tar uttryckligen fasta just på mötena med lokala ”jordnära människor” i sin beskrivning av en utannonserad resa till Skördefesten på Åland:

*Under några trivsamma dagar får du vara med och lära känna livet på landet. Det är ca 40 gårdar som slår upp sina portar och frestar dig med nyskördad, hembakat och massor att både se och ta del av. Vi kommer att göra en rundtur på den åländska landsbygden och möta jordnära människor i deras härliga miljö.<sup>37</sup>*

Även ålänningar ser Skördefesten som ett utmärkt tillfälle att möta Åland, både ifråga om kulturlandskap, aktiviteter och sociala sammanhang. Många passar därför på att bjuda släkt och vänner utanför Åland på besök specifikt för Skördefesten, vilket noteras av en deltagande entreprenör: ”Det är väldigt många besökare som säger att nu har vi bjudit hit våra vänner från Österbotten för nu vill vi visa upp Åland, det får de aldrig se annars. Det är som att komma hem till folk, när de far runt till öppna gårdar. Att det här vill vi visa. Det som man känner stolthet över som ålänning att visa upp till sina vänner och bekanta.”<sup>38</sup> En förklaring är att det ”ligger i tiden” att längta efter det som upplevs som genuint, äkta och naturnära – och att Åland under Skördefesten kan erbjuda en sådan jordnära upplevelse. Skördefesten beskrivs ofta av både arrangörer och deltagare som en kontrast till dagens massproduktion och datorberoende livsstil, och som en chans att vara i kontakt med något ursprungligt:

*Det går ju tillbaka mer och mer till våra rötter faktiskt. Det här genuina. Det märker man med matlagning också, det kommer mera styckningsdetaljer som kräver långkok och sådant. Trenden är faktiskt också den på krogen i dag. Och ju mera uppkopplade vi är med internet som alla har i sitt arbete egentligen, och det är alla idag om man är i yrkesför ålder, så desto mera behöver man ha det där att man jordar sig också. Man behöver ha de där rötterna – fötterna i myllan faktiskt. Och det här är ju Åland, man kan fara runt till gårdarna och visa upp att så här är Åland.<sup>39</sup>*

Folkloristen Jón Þór Pétursson menar att en viktig aspekt av det emotionella värdet av att handla sin mat i en liten mataffär med ekologiska matvaror ligger i kommunikationen mellan personalen och kunden. Närheten och den mänskliga kontakten gör konsumtionen betydelsefull och ger den mening.<sup>40</sup> Skördefestens möjligheter till informella möten är avgörande för atmosfären. Att livsmedelsproducenterna är personligen närvarande ger en konkret och lokal förankring, och en garanti för kvalitet och ursprung.<sup>41</sup> Kunden och producenten kan diskutera produkten – som därmed inte längre är anonym utan knuten till ett sammanhang och i en specifik terroir. Det här samtalet är viktigt både för producenten och för kunden, och det ökar produktens upplevda värde.<sup>42</sup> Men det är inte enbart möten mellan besökare och entreprenörer som bidrar till Skördefestens status som folkfest, utan även möten besökarna emellan. I ett samhälle av Ålands storleksklass räknar de flesta lokalt boende med att stöta på bekanta under evenemang som Skördefesten. Den sociala aspekten är viktig för många: man far ut och ”ser på folk” och man ”pratar bort en stund”. Att Skördefesten inträffar i slutet av september gör att den inte behöver konkurrera med ett stort utbud av andra evenemang som ordnas under sommarmånaderna på Åland.

Skördefesten har blivit en så pass beständig del av den åländska årsrytmen att nya privata traditioner och sedvänjor har uppstått kring

**”SKÖRDEFESTEN HAR  
BLIVIT EN SÅ PASS  
BESTÄNDIG DEL AV  
DEN ÅLÄNSKA ÅRS-  
RYTMEN ATT NYA  
PRIVATA TRADITIONER  
OCH SEDVÄNJOR HAR  
UPPSTÅTT KRING DEN.”**

den. Till exempel kan sällskap av vänner som under dagen, tillsammans eller enskilt, åker runt till olika skördefestgårdar och inhandlar råvaror, senare på kvällen träffas för att laga en gemensam måltid av de inköpta produkterna. Lena Brenner påpekar att själva inköpssättet och kontakten med försäljarna har stor betydelse för middagsupplevelsen, som är annorlunda jämfört med om ingredienserna hade inhandlats på en supermarket. Hon konstaterar:

*När man köper direkt ifrån bonden så får man ju en historia som man kan enas runt och berätta under middagen. Och fast det kanske inte är godare, så det känns som det är lite godare när man hört den här historien eller själv upplevt den här upplevelsen att få den här ögonkontakten med bonden och verkligen prata med dem.<sup>43</sup>*

Skördefesten i sig är ett samtalsämne som avhandlas bland annat under kaffepauserna på arbetsplatser och i sociala medier. Den uppmärksamhet evenemanget får lokalt speglas inte minst i att barn vid åländska daghem har noterats leka skördefest. I och med att Skördefesten förankrats i lokala praktiker har evenemanget kommit att sträcka sig utöver det officiella rummet och den begränsade tiden.

Skördefesten passar in i en åländsk tradition av småföretagande och mångsyssleri. En stor del av de försäljare som deltar i Sjöfartskvarterets marknad eller de större gårdarnas marknader säljer enbart sina produkter vid Skördefesten och möjligtvis vid andra lokala festivaler. ”Det är roligt att träffa så mycket folk, inte tjänar jag mycket på det”, berättar en hobbyodlare som till yrket är chaufför men har deltagit flera år som försäljare vid Skördefesten.<sup>44</sup> En annan hobbyodlare som 2013 sålde sina produkter vid Haddnäs gård för andra året i rad, beskriver sin örtodling som ett roligt fritidsintresse. Hon planerade att besöka även skördefesten på Öland för att få ytterligare inspiration till att utveckla

nya örtprodukter.<sup>45</sup> Många av de försäljare som jag talade med beskrev Skördefesten som en trevlig möjlighet att träffa kunder och prata med folk, men att det även är ett viktigt tillfälle för att få synlighet och kunna marknadsföra sig.<sup>46</sup> Anneli Gustafsson från Ingeborgs bageri i Brändö bakar svartbröd på surdeg. Hon har tidigare sålt sitt bröd via enskilda matbutiker och restauranger, och var 2013 med för första gången som försäljare på Skördefesten vid Sjöfartskvarteret. Hon var överraskad över det stora intresse marknadsbesökarna visade, men var glad över att få berätta om sitt mathantverk och traditionen kring svartbrödsbakning.<sup>47</sup> På Skördefesten sammanfaller entreprenörernas och kundernas behov av kommunikation och möten.

## AVSLUTNING

*Visst har det ju satt Åland på matkartan – det har den gjort, Skördefesten.*

Skördefestdeltagare, Utdrag ur fältdagboken 2012<sup>48</sup>

Även om Skördefesten huvudsakligen omtalas i positiva ordalag av både besökare och deltagande företagare har det även framförts kritik. Några av de mindre producenterna tycker att det blir för mycket fokus på de ”stora” deltagarna, medan andra menade att hela evenemanget blivit för kommersiellt och kontrollerat. När Skördefesten övergick från att vara ett landskapslett projekt till att ledas av föreningen Skördefestens Vänner r.f., upplevde några av deltagarna att deltagaravgiften blivit alltför dyr. Några av de mindre entreprenörerna påpekade att de helt enkelt inte hade ekonomiska möjligheter att fortsätta delta. Många av de tidigare deltagarna har sålunda fallit bort. Men även en av de större producenterna, Bolstaholms gård, har dragit sig ur samarbetet för att ordna sin egen skördefest, då de inte ville vara med om den nyintro-

ducerade parkeringsavgiften (på 10 euro) via Skördefestpasset 2017. Olika intressen går inte alltid att sammanföra, och alla uppskattar inte skördefestföreningens försök att förenhetliga och sätta upp ramverk.

Skördefesten har fortsatt växa för varje år, och är numera Ålands största och populäraste evenemang. Festivalen engagerar ålänningarna på många olika plan, förutom de många entreprenörer och försäljare som deltar krävs det varje år hundratals frivilliga för allt från kaffeservering, parkering och ponnyridning till försäljning samt allehanda uppvisningar och städning. Utan denna insats skulle ett evenemang av denna skala inte vara möjligt. Även entreprenörer som inte deltar i själva Skördefesten kan beröras av evenemanget, exempelvis ingick det ekologiska kaféet Pettas i Geta inte officiellt i Skördefesten 2013, men hade under skördefestveckoslutet en stor förhandsbeställning för en busslast av skördefestbesökare från fasta Finland.

På Skördefestens egen webbplats uppges det angående evenemangets framgång att ”hemligheten bakom succén är miljöerna, människorna och maten”. Fast maten och råvarorna står i fokus handlar det alltså inte *enbart* om mat, utan om hela det sammanhang den ingår i. Framför allt är Skördefesten en iscensättning som besökarna deltar i och är en fundamental del av. Marknadsvimmelkänslan är elementär för stämningen – mycket människor lockar helt enkelt ännu fler människor. För de deltagande gårdarna har Skördefesten blivit ett viktigt evenemang på grund av den stora mängden besökare och den uppmärksamhet festen får varje år. Men att Skördefesten erbjuder en stor mångfald och har många deltagande gårdar och försäljare är också centralt för evenemangets betydelse, påpekar Ann Sundberg på Bolstaholms gård, där ägarna alltså valde att fortsätta sitt framgångsrika skördefestkoncept även om de inte längre är med i det officiella skördefestprogrammet:

Alltså, fördelen är den att du når ut till en enormt stor publik. Det är ju en jättstor arena, jättebra arena för att lansera nya produkter. För det är ju en gemensam marknadsföring. Det är mångfalden, att det finns så många olika, det är ju det som lockar att det finns ett stort urval. Skulle det bara vara ett fåtal gårdar skulle det inte alls vara på samma sätt. Så visst har [Skördefesten] en jättstor betydelse för oss, det har den ju. Både PR-mässigt att bygga vårt varumärke, men även ekonomiskt har det också betydelse.<sup>49</sup>

Samtidigt finns det en balansgång i att å ena sidan ha en skördefest som är stor nog för att ha ett intressant och omväxlande utbud, och å andra sidan bevara upplevelsen av ett personligt och äkta evenemang med inte alltför mycket trängsel, långa köer och andra irritationsmoment. Frågan är hur stor och organiserad Skördefesten kan bli innan den inte längre uppfattas som ”genuin” och ”mysig”.

Skördefester och andra matfestivaler är populära i hela Norden – och världen över. Från och med 2017 ordnar Skördefestens Vänner r.f. festivalen Åland Grönskar under ett veckoslut i maj enligt samma koncept som Skördefesten med Öppna Gårdar och Plåpp Äpp, men med en betoning på vårens primörer, äppelblom och nyfödda djur. Det nya evenemanget använder medvetet det starka varumärke som Skördefesten etablerat. Att Skördefesten på Åland blivit en stor succé kan dels förklaras med tidsandan, dels med att den passar väl in i det lokala sammanhanget. Begreppet jordnära kan här hjälpa till att lyfta fram tre viktiga aspekter av Skördefestens dragningskraft – och min poäng är att Skördefesten uppfattas som jordnära ”på riktigt”, eftersom alla dessa tre nivåer samverkar och stöder varandra.

För det första ses Skördefesten som ett jordnära lågtröskeevenemang, där de allra flesta kan hitta något av intresse. Besökaren har stor valfrihet gällande vilka platser som besöks och i vilken grad man

**”FRÅGAN ÄR HUR STOR OCH ORGANISERAD SKÖRDEFESTEN KAN BLI INNAN DEN INTE LÄNGRE UPPFATTAS SOM ’GENUIN’ OCH ’MYSIG’.”**



engagerar sig. Den underhållning Skördefesten erbjuder är av relativt enkelt slag: att titta på gårdarna, djuren och jordbruksmaskinerna, att smaka på och köpa matprodukter – och, synnerligen viktigt, den sociala upplevelsen. Att träffa folk, småprata med försäljarna och umgås med familj och vänner är en vital del av skördefestbesöket för de flesta.

För det andra marknadsförs Skördefestens produkter som jordnära. Beslutet att enbart åländska produkter får säljas gör att utbudet uppfattas som ”ärlig” lokalmat utan konstigheter. Småskalighet och mångsyssleri är tradition på Åland. Då åländska entreprenörer inte har möjlighet att konkurrera med internationell massproduktion har många i stället nischat sig inom exempelvis ekologisk odling och framställning av mathantverk, vilket passar Skördefestens profil mycket väl. Denna typ av produkter svarar dessutom på ett konsumentintresse för hälsa, hållbarhet och etisk konsumtion enligt parollen att ”ren” mat ger ett rent samvete. Maten på Skördefesten upplevs som närmare naturen än de flesta motsvarande produkter som säljs i vanliga matbutiker.<sup>50</sup>

För det tredje kan deltagande i Skördefesten beskrivas som en jordnära aktivitet i ett både konkret och symboliskt ”närmande till jorden”. Att man bland tips inför besöket på Skördefestens webbplats påpekar att det är värt att ha rejäla skor på fötterna då ”lera och jord hör landsbygden till”,<sup>51</sup> visar att det kanske inte är självklart för alla besökare att finskor eller sandaler både kan bli smutsiga eller vara svåra att gå i på en lantgård. Att besöka Skördefestens gårdar är ett bra sätt att komma i kontakt med landsbygden, och ger för många en känsla av att knyta an till det åländska kulturarvet och de egna rötterna. För andra är det en möjlighet att bekanta sig med något som upplevs som exotiskt men genuint. Speciellt för barnfamiljer finns det även ett pedagogiskt värde som är kopplat till nöje och underhållning. Detta inte minst genom den mest omtyckta barnaktiviteten, halmhoppning, som är roligt ”här

och nu” men samtidigt återknyter till både en förfluten och en nutida landsbygdsverklighet. Trots alltmer kontrollerade arrangemang och varumärkestänkande, uppfattas Skördefesten fortfarande som opretentiös turism i utflyktsformat. Kort sagt, ”jordnärlighet” som upplevelse, trend, image och i viss mån som ett faktum är antagligen en av de viktigaste orsakerna till varför Skördefesten på Åland är så populär.

## NOTER

- 1 SLS 2244.
- 2 Ålands Landsbygdscentrum är ett samarbetsorgan för en grupp självständiga organisationer med det gemensamma målet att utveckla Ålands landsbygd.
- 3 Uppslagsordet ”jordnära” i *Nationalencyklopedin* 2015.
- 4 Vid Skördefesten 2016 registrerades över 14 000 enskilda besökare.
- 5 År 2017 fick Skördefesten på Åland priset ”Betydande turisminsats inom matturism” i en nationell tävling arrangerad av ”Hungry for Finland” (Finlands strategi för utveckling av matturism), som en del av firandet av Finlands 100-årsjubileum.
- 6 Larsen & Österlund-Pötzsch 2015.
- 7 SLS 2244, 2014:31.
- 8 Ronström 2008, 2, 7, 15.
- 9 Ronström 2012, 254.
- 10 SLS 2244, 2014:31.
- 11 Se t.ex. Jönsson 2013.
- 12 Se Amilien, Torjusen & Vittersø 2005.
- 13 Se även Reksten i denna bok.
- 14 Se Pétursson och Larsen i denna bok.
- 15 Larsen & Österlund-Pötzsch 2015.
- 16 Se Lindqvist i denna bok.
- 17 Selberg 2007, 12, 16.
- 18 Fellman 2008.
- 19 Jfr Lippard 1997, 34.
- 20 SLS 2244, fältdagbok 2012.
- 21 SLS 2244, 2015:56.
- 22 Jfr McElroy & Lucas 2014.
- 23 För Skördefesten 2017 infördes ett Skördefestpass (å 10 euro) för att parkera vid Öppna Gårdar och Plåpp Äpp-aktiviteter (Skördefestpass behövdes inte för besök på Skördefestrestaurangerna). Bolstaholms gård motsatte sig införandet av parkeringsavgiften och drog sig följaktligen ur Skördefesten i Skördefestens Vänners r.f. regi. I stället ordnade gården en egen skördefest i samband med den officiella Skördefesten och enligt samma koncept som den tidigare gjort.
- 24 SLS 2244, 2015:56.
- 25 SLS 2244.
- 26 Jfr Reksten i denna bok.
- 27 Lippard 1997, 8.
- 28 SLS 2244, fältdagbok 2013.
- 29 Jönsson 2002, 55.
- 30 SLS 2244, 2015:56
- 31 Bardone 2013, 20–21.
- 32 Jfr Lindqvist i denna bok.
- 33 *Skördenytt* 2013, nr 10.
- 34 Jfr Hellström 2006, 197–198.
- 35 Se t.ex. Bardone 2013, 12–13.
- 36 SLS 2244, 2014:31.
- 37 Företaget Dacke Buss webbplats, <http://www.dackebuss.se/?des=582> ).
- 38 SLS 2244, 2015:56.
- 39 SLS 2244, 2015:56.
- 40 Pétursson 2018, 15.
- 41 Jfr Hellström 2006, 191.
- 42 SLS 2244, 2015:56.
- 43 SLS 2244, 2014:31.
- 44 SLS 2244, fältdagbok 2012.
- 45 SLS 2244, fältdagbok 2013.
- 46 SLS 2244, fältdagböcker. Jfr även Hellström 2006, 202.
- 47 SLS 2244, fältdagbok 2013.
- 48 SLS 2244.
- 49 SLS 2244, 2015:56
- 50 Jfr Hultman 2002, 38–40.
- 51 ”Så funkar Skördefesten” på webbplatsen för Skördefesten på Åland, <https://skordefest.ax/sa-funkar-det/>.

# Källor och litteratur

## LINDQVIST & ÖSTERLUND-PÖTZSCH: INLEDNING

- Faaß, Heiko 1999, "Mit dem Essen spielt man nicht", *Spiegel online* 2.6.1999.
- Gastronomi Sveriges Facebook-sida (uttalande av Alexander Sjögren 25.1.2017), <https://www.facebook.com/GastronomiSverige/?fref=ts> (hämtad 29.1.2017).
- Ising, Lisa 2015, "Äkta Mat – Claus Meyer, Gastronomins Steve Jobs", *Äkta Mat* nr 2, s. 48–51, <http://slidegur.com/doc/4878611/%C3%A4kta-mat-%E2%80%93-claus-meyer--gastronomins-steve-jobs> (hämtad 29.1.2017).
- Johansson, Filip 2016, "Här är maten under Nobelbanketten 2016", *Expressen* 10.12.2016, <http://www.expressen.se/nyheter/kungligt/har-ar-maten-under-nobelbanketten-2016/> (hämtad 29.1.2017).
- Jönsson, Håkan (ed.) 2013, *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology*. Special Issue: Foodways Redux 43, nr 2.
- Klein, Jakob A. & James L. Watson 2017, *The Handbook of Food and Anthropology*, London: Bloomsbury Academic.
- Maaemos webbplats, <http://maaemo.no/> (hämtad 4.4.2018).
- "Manifestet för Ny nordisk mat" (2004), <http://www.norden.org/sv/tema/ny-nordisk-mad/manifestet-foer-ny-nordisk-mat>.
- Miettinen, Petra 2018, "Grön beskriver vår verksamhet", *Hufvudstadsbladet* 20.1.2018.
- Nilsson, Mats-Eric 2007, *Den hemlige kocken. Det okända fusket med maten på din tallrik*, Stockholm: Ordfront.
- Nilsson, Mats-Eric 2009, *Äkta vara. Guiden till oförfalskad mat*, Stockholm: Ordfront.
- "Noma (restaurant)", Wikipedia. The Free Encyclopedia, [https://en.wikipedia.org/wiki/Noma\\_\(restaurant\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Noma_(restaurant)) (hämtad 25.9.2017).
- Slow Foods webbplats, <http://www.slowfood.com/about-us/our-philosophy/> (hämtad 6.11.2017).
- Smakbyns webbplats, <http://smakbyn.ax/om-oss/> (hämtad 25.9.2017).
- von Wendt, Jonas 2017, "Jordnära smaker ska ge finländsk framgång", *Hufvudstadsbladet* 25.1.2017.
- "Århus-deklarationen om ny nordisk mad" (2005), Nordiska ministerrådet, <http://www.norden.org/sv/nordiska-ministerraadet/ministerraad/nordiska-ministerraadet-foer-fiskeri-havsbruk-jordbruk-livsmedel-och-skogsbruk-mr-fjls/arrangemang/moete-i-ministerraadet-foer-fiskeri-och-havsbruk-jordbruk-livsmedel-och-skogsbruk-30.-juni-2005-aarhus-i-danmark/aarhus-deklarationen-om-ny-nordisk-mad>.

## BARDONE: NOSTALGI SMAKAR BLÄBÄR

### Arkiv

Estlands nationalmuseum, Tartu  
Meddelararkivet (KV No. 33, 77, 538, 1027–1033, 1064, 1069–1070)  
Etnologiska frågelistor (No. 43, 168, 214, 219)  
Etnologiska arkivet = EA 117 (1957)

### Litteratur

- Ailonen, Riitta 1977, *Luonnonvaraisten marjojen poiminta ja käyttö*, otryckt avhandling pro gradu, Helsinki: Helsingin yliopiston kansantieteen laitos.
- Albala, Ken 2006, "Wild Food. 'The Call of the Domestic'", Richard Hosking (ed.), *Wild Food. Proceedings of the Oxford Symposium on Food and Cookery 2004*, Devon: Prospect Books, s. 9–19.
- Albala, Ken 2012, "Cookbooks as historical documents", Jeffrey M. Pilcher (ed.), *The Oxford Handbook of Food History*, Oxford & New York: Oxford University Press.
- Allas, Elina 2012, "Metsa marjule!", *Eesti Naine* 7, s. 38–41.
- Amilien, Virginie 2003, "A Taste of Authenticity. Nature and Tradition in Modern Norwegian Restaurants of the 1990s", Marjatta Hietala & Tanja Vahtikari (eds.), *The Landscape of Food. The Food Relationship of Town and Country in Modern Times*, Helsinki: Finnish Literature Society.
- Banner, Anneli 2005, "Aeg, aed ja inimene. Aianduse tähtsusest Eesti maamajapidamistes", Timo Maran & Kadri Tüür (toim.), *Eesti looduskultuur*, Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum, s. 305–325.
- Bellows, Anne C. 2004, "One Hundred Years of Allotment Gardens in Poland", *Food & Foodways* 12, nr 4, s. 247–276.
- Bergflødt, Sigurd, Virginie Amilien & Silja Elisabeth Skuland 2012, "Nordic Food Culture(s) – Thoughts and Perspectives by Way of Introduction", *Anthropology of Food. Special Issue S9, Nordic Food Culture*, <http://aof.revues.org> (hämtad 29.7.2013).
- Biltekoff, Charlotte 2012, "Critical Nutrition Studies", Jeffrey M. Pilcher (ed.), *The Oxford Handbook of Food History*, Oxford & New York: Oxford University Press.
- Boym, Svetlana 2001, *The Future of Nostalgia*, New York: Basic Books.
- Caldwell, Melissa L. 2004, *Not by Bread Alone. Social Support in the New Russia*, Berkeley: University of California Press.
- Caldwell, Melissa L. 2009, "Introduction. Food and Everyday Life after State Socialism", Melissa L. Caldwell (ed.), *Food and Everyday Life in the Postsocialist World*, Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.
- Eelmaa, Epp 1985, *Toiduainete külmutamine*, Tallinn: Valgus.
- Hagström Charlotte & Lena Marander-Eklund (red.) 2005, *Frågelistan som källa och metod*, Lund: Studentlitteratur.
- Hall, C. Michael 2013, "Why Forage if You Don't Have to? Personal and Cultural Meaning in Recreational Foraging. A New Zealand Study", *Journal of Heritage Tourism* 8, nr 2–3, s. 224–233.

- Jõesalu, Kirsti 2003, "What People Tell about Their Working Life in the ESSR, and How Do They Do It? Source-Centred Study of a Civil Servant's Career Biography", *Pro Ethnologia* 16, s. 61–88.
- Jõesalu, Kirsti 2005, "The Right to Happiness'. Echoes of Soviet Ideology in Biographical Narratives", *Berliner Osteuropa Info* 23, s. 91–99.
- Jõesalu, Kirsti & Raili Nugin 2012, "Reproducing Identity Through Remembering. Cultural Texts on the Late Soviet Period", *Folklore. Electronic Journal of Folklore* 51, s. 15–48.
- Jõesalu, Kirsti & Ene Kõresaar 2013, "Continuity or Discontinuity. On the Dynamics of Remembering 'Mature Socialism' in Estonian Post-Soviet Remembrance Culture", *Journal of Baltic Studies* 44, nr 2, s. 177–203.
- Johnston, Josée & Shyon Baumann 2010, *Foodies. Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*, New York: Routledge.
- Kannike, Anu 2013, "Nostalgia at Home. Time as a Cultural Resource in Contemporary Estonia", *Journal of Baltic Studies* 44, nr 2, s. 153–176.
- Keller, Margit 2004, *Representations of Consumer Culture in Post-Soviet Estonia: Transformations and Tensions*, Tartu: Tartu University Press.
- Klementtilä, Hannele & Laura Jaakola 2011, *Mansimarjasta punapuolaan. Marjakasvien kulttuurihistoriaa*, Helsinki: Maahenki.
- Kõresaar, Ene 1995, "Questionnaire as a Moulder of Ethnological Source", *Pro Ethnologia* 6, s. 36–50.
- Larsen, Hanne Pico 2010, "Performing Tasty Heritage", *Ethnologia Europaea* 40, nr 2, s. 90–102.
- Lindhagen, Anders & Lisa Hörnsten 2000, "Forest Recreation in 1977 and 1997 in Sweden. Changes in Public Preferences and Behaviour", *Forestry* 73, nr 2, s. 143–153.
- Lindqvist, Yrsa 2009, *Mat, måltid minne. Hundra år av finlandssvensk matkultur*, Helsingfors: Svenska litteratursällskapet i Finland.
- Lindqvist, Yrsa 2012, "When Producers Became Consumers. Cultural Processes in Daily Life", Patricia Lysaght (ed.), *Time for Food. Everyday Food and Changing Meal Habits in a Global Perspective. proceedings of the 18th conference of the International Commission for Ethnological Food Research, 18–21 August, 2010*, Åbo: Åbo Akademi University Press, s. 57–67.
- Long, Lucy M. 2010, "Response [to Kerstin McGaughey]", *Cultural analysis. An interdisciplinary forum on folklore and popular culture* 9, s. 96–98, [https://www.ocf.berkeley.edu/~culturalanalysis/volume9/vol9\\_article3.html#response1](https://www.ocf.berkeley.edu/~culturalanalysis/volume9/vol9_article3.html#response1).
- Łuczaj, Łukasz et al. 2012, "Wild Food Plant Use in 21st Century Europe. The Disappearance of Old Traditions and the Search for New Cuisines Involving Wild Edibles", *Acta Societatis Botanicorum Poloniae* 81, nr 4, s. 359–370.
- Löfgren, Orvar 1999, *On Holiday. A History of Vacationing*, Berkeley, Los Angeles & London: University of California Press.
- Mikovitš, Bianca 2012, "Usinad mustikakorjajad teenivad päevas 50 eurot", *Maaleht* 26.7.2012.
- Mothander, Carl 1931, *Kulinariska kåserier*, Stockholm: Thora Holms förlag.
- Notaker, Henry 2003, "Nordic Countries", Solomon H. Katz & William Woys Weaver (eds.), *Encyclopedia of Food Culture* 2, Farmington Hills: Thomson Gale.

- Paal, Taimi 2011, "Metsamarjade ja seente varumine", *Akadeemilise Metsaseltsi Toimetised* XXV, Tartu: Eesti Metsaselts, s. 67–72.
- Piiri, Reet 2006, "See varumise harjumus – toidukultuurist Nõukogude Eestis", *Eesti Rahva Muuseumi Aastaraamat* XLIX, Tartu: Eesti Rahva Muuseum, s. 49–90.
- Raig, Ivar 1981, *Teie isiklik abimajapidamine. Sotsiaal-majanduslik aspekt*, Tallinn: Valgus.
- Redzepi, René 2010, *Time and Place in Nordic Cuisine*, London & New York: Phaidon Press.
- Reeder, Ellen 1988, *Toiduainete säilitamine kodus*, Tallinn: Valgus.
- Sedikides, Constantine et al. 2008, "Nostalgia as Enabler of Self-Continuity", Fabio Sani (ed.), *Self Continuity. Individual and Collective Perspectives*, New York & Hove: Psychology Press, s. 227–239.
- Sutton, David E. 2001, *Remembrance of Repasts. An Anthropology of Food and Memory*, Oxford: Berg.
- Svanberg, Ingvar 2012, "The Use of Wild Plants as Food in Pre-Industrial Sweden", *Acta Societatis Botanicorum Poloniae* 81, s. 317–327.
- Tael, Tiina 2006, *Mälu paberil. Eesti Rahva Muuseumi korrespondentide võrgu 75. Aastapäevaks*, Tartu: Eesti Rahva Muuseum.
- Tarkiainen, Ülle 2008, "Rural Property, Inheritance, and the Modernization of the Estonian Agrarian Sector 1880–1914", Piotr Wawrzyniuk (ed.), *Societal Change and Ideological Formation among the Rural Population of the Baltic Area 1880–1939*, Huddinge: Södertörns högskola.
- Troska, Gea & Ants Viires 2008, "Söögid ja joogid", Ants Viires & Elle Vunder (toim.), *Eesti rahvakultuur*, Tallinn: Eesti Entsüklopeediakirjastus.
- Van Esterik, Penny 2006, "From Hunger Foods to Heritage Foods. Challenges to Food Localization in Lao PDR", Richard Wilck (ed.), *Fast Food/Slow Food. The Cultural Economy of the Global Food System*, Lanham, New York, Toronto & Plymouth: AltaMira Press.
- Viires, Ants [1985] 2001, "Kokaraamatud kultuuriloo kajastajatena, Ants Viires, *Kultuur ja traditsioon*, Tartu: Ilmamaa, s. 249–262.
- Wiessner, Polly 1998, "Introduction. Food, Status, Culture and Nature", Polly Wiessner & Wulf Schiefenhövel (eds.), *Food and the Status Quest. An Interdisciplinary Perspective*, Oxford & New York: Berghahn Books.
- Wilson, Janelle 2005, *Nostalgia. Sanctuary of Meaning*, Lewisburg: Bucknell University Press.
- Yngve, Agneta 2007, "Editorial. Berry Important", *Public Health Nutrition* 10, nr 11, s. 1207–1208.

### *Kokböcker och handböcker*

- Enden, Pille & Kairi Vilen 2009, *Metsa maitset*, Tallinn: AS Ajakirjade Kirjastus.
- Kirikal, Siiri (ed.) 2006, *Eesti Gourmet Kokaraamat. Estonian Gourmet Cookbook*, Tallinn: Eesti Ekspressi Kirjastuse AS.
- Ottenson, Hilda 1937, *Kodumaa marjad ja puuviljad toiduna kogu aasta*, Tallinn: Külvaja.
- Ottenson, Hilda 1970, *Hoidised*, Tallinn: Valgus.
- Spuhl-Rotalia, Jaan 1898, *Kodumaa marjad. Täielik õpetus Kodumaal kaswawaid marjasid ja puuwiljasid kaswatada, sisse korjata, müügile wiia ja alal hoida, neist weini, likööri, limonaadi, moosi, sahwti, marjasüliti, siirupit, marmelaadi, kompoti, salatid, suppi, kookisi, teed, kohwi, äädikat jne. walmistada, nende terwisekasulisi ja terwisekahjulisi omadusi tunda ning neid arstliselt tarwitada*, Viljandi: A. Peet.

Virkus, Lia & Maire Suitsu 2012, *Marjaraamat. Koogid, hoidised, joogid ja magustoidud*, Tallinn: AS Ajakirjade Kirjastus.

### Matbloggar

Hanson, Piret 2009, "Mustika semifreddo" (17.8.2009), *Puhas rõõm*,  
<http://piretireseptid.blogspot.com/2009/08/mustika-semifreddo.html>  
(hämtad 29.7.2013).

Vadi, Sille 2010, "Mustika-jõhvikajogurti panna cotta", *Toidutegu*, <http://toidutegu.wordpress.com/2010/03/11/mustika-johvikajogurti-panna-cotta/> (hämtad 29.7.2013).

## PÉTURSSON: MJÖLKROBOTAR OCH GAMMALDAGS SKYR

### Litteratur

Andiliós, Nicholas 1998, "In Cyprus Traditional Food Makes a *Xenos*/Visitor a Friend", Patricia Lysaght (ed.), *Food and the Traveller. Migration, Immigration, Tourism and Ethnic Food*, Cyprus: Intercollege Press, s. 44–55.

Anttonen, Pertti J. 2005, *Tradition through Modernity. Postmodernism and the Nation-State in Folklore Scholarship*, Helsinki: Finnish Literature Society.

Atkins, Peter & Ian Bowler 2001, *Food in Society. Economy, Culture, Geography*, London: Arnold.

Bell, David & Gill Valentine (eds.) 1997, *Consuming Geographies. We are Where We Eat*, London: Routledge.

Bendix, Regina 2000, "Heredity, Hybridity and Heritage from One Fin de Siècle to the Next", Pertti J. Anttonen, Anna-Leena Siikala & Stein Mathisen (eds.), *Folklore, Heritage Politics and Ethnic Diversity*, Botkyrka: Multicultural Centre, s. 37–54.

Björgvinsdóttir, Bryndís 2010, "Menningararfur sem ásetningur", *Skírnir* 184, s. 100–120.

Brembeck, Helene 2007, *Hem till McDonald's*, Stockholm: Carlsson.

Bryant, Raymond L. & Michael K. Goodman 2004, "Consuming Narratives. The Political Ecology of 'Alternative' Consumption", *Transactions of the Institute of British Geographers*, New Series 29, nr 3, s. 344–366.

Ekström, Karin M. & Håkan Jönsson 2016, *På resa i matlandet*, Stockholm: Carlsson.

Gísladóttir, Hallgerður 1999, *Íslensk matarhefð*, Reykjavík: Mál og Menning.

Glassie, Henry 2003, "Tradition", Burt Feintuch (ed.), *Eight Words for the Study of Expressive Culture*, Urbana: University of Illinois Press, s. 176–197.

Goodman, Michael K., Damien Maye & Lewis Holloway 2010, "Ethical Foodscapes? Premises, Promises, and Possibilities", *Environment and Planning A* 42, nr 8, s. 1782–1796.

Guðmundsson, Tómas 1981, "Fjallganga", Eiríkur Hreinn Finnbogason (rit.), *Rit I. Tómas Guðmundsson*, Reykjavík: Almenna Bókafélagið.



- Gylfason, Þorsteinn 1987, "Erindi Þorsteins Gylfasonar á málstefnu Alþýðubandalagsins um menningu og listir", *Þjóðviljinn* 4/4, s. 14–15.
- Hafstein, Valdimar T. 2012, "Cultural Heritage", Regina Bendix & Galit Hasan-Rokem (eds.), *A Companion to Folklore*, Malden, MA: Blackwell Publishing, s. 500–519.
- Hafstein, Valdimar T. 2006, "Menningararfur. Sagan í neytendaumbúðum", Hilma Gunnarsdóttir, Jón Þór Pétursson & Sigurður Gylfi Magnússon (rit.), *Í Frá endurskoðun til upplausnar. Tvær prófritgerðir, einn formáli, þrjú viðtöl, sjö fræðigreinar, fimm ljósmyndir, einn eftirmáli og nokkrar minningargreinar af vettvangi hugvísinda*, Reykjavík: Miðstöð einsögurannsókna og Reykjavíkurakademían, s. 313–328.
- Halkier, Bente 2004, "Handling Food-related Risks. Political Agency and Governmentality", Marianne Elisabeth Lien & Brigitte Nerlich (eds.), *The Politics of Food*, Oxford/New York: Berg, s. 21–38.
- Handler, Richard & Jocelyn Linnekin 1984, "Tradition, Genuine or Spurious", *Journal of American Folklore* 97, nr 385, s. 273–290.
- Haraldsdóttir, Laufey 2009, "Að borða mat, en bragða svæðið. Þarfir og væntingar ferðamanna til veitinga á ferðalögum", Ingjalður Hannibalsson (rit.), *Rannsóknir í félagsvísindum X*, Reykjavík: Háskólaútgáfan, s. 399–412.
- Harvey, David 1990, *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Hermansen, Mark Emil Tholstrup 2012, "Creating Terroir. An Anthropological Perspective on New Nordic Cuisine as an Expression of Nordic Identity", Virginie Amilien, Silje Skuland & Sigurd Bergflødt (eds.), *Anthropology of Food. Special Issue S7, Nordic Food Culture*, <https://journals.openedition.org/aof/7249> (hämtad 1.3.2015).
- Hobsbawm, Eric & Terence Ranger (eds.) 1983, *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hymes, Dell 1975, "Folklore's Nature and the Sun's Myth", *Journal of American Folklore* 88, s. 345–369.
- Ilbery, Brian & Moya Kneafsey 2000, "Registering Regional Speciality Food and Drink Products in the United Kingdom. The Case of PDOs and PGIs", *Area* 32, nr 3, s. 317–325.
- Jakobsson, Ármann 2007, "Var líf án pizzu? Tilraun um kynslóðabil og menningarrof", Magnús Þór Snæbjörnsson (rit.), *Íslensk menning, 2. volym. Til heiðurs Sigurði Gylfa Magnússyni á fimmtugsafmæli hans 29. ágúst 2007*, Reykjavík: Einsögustofnun, s. 32–41.
- Johnston, Josée, Andrew Biro & Norah MacKendrick 2009, "Lost in the Supermarket. The Corporate-Organic Foodscape and the Struggle for Food Democracy", *Antipode* 41, nr 3, s. 509–532.
- Jönsson, Hákan 2005, *Mjök. En kulturanalys av mejeridiskens nya ekonomi*, Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 1998a, *Destination Culture. Tourism, Museums, and Heritage*, Berkeley: University of California Press.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 1998b, "Playing to the Senses. Food as a Performance Medium", *Performance Research* 4, nr 1, s. 1–30.
- Klein, Barbro 2006, "Cultural Heritage, the Swedish Folklife Sphere, and the Others", *Cultural Analysis* 5, s. 57–80.

- Köstlin, Konrad 1998, "Tourism, Ethnic Food, and Symbolic Values", Patricia Lysaght (ed.), *Food and the Traveller. Migration, Immigration, Tourism and Ethnic Food*, Cyprus: Intercollege Press, s. 108–114.
- Larsen, Hanne Pico 2010, "Performing Tasty Heritage. Danish Cuisine and Playful Nostalgia at Restaurant *noma*", *Ethnologia Europaea* 40, nr 2, s. 90–102.
- Leitch, Alison 2008, "Slow Food and the Politics of Pork Fat. Italian Food and European Identity", Carole Counihan & Penny Van Esterik (eds.), *Food and Culture. A reader*, New York: Routledge, s. 381–400.
- Long, Lucy M. 2004, "Culinary Tourism. A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness", Lucy M. Long (ed.), *Culinary Tourism*, Lexington: The University Press of Kentucky, s. 20–50.
- Magnason, Andri Snær 2006, *Draumalandið. Sjálfshjálparbók handa hræddri þjóð*, Reykjavík: Mál og Menning.
- Petrini, Carlo & Gigi Padovini 2006, *Slow Food Revolution. A New Culture for Dining and Living*, New York: Rizzoli International Publications.
- Pine, Joseph, & James H. Gilmore 1999, *The Experience Economy. Work is Theatre and Every Business a Stage*, Boston: Harvard Business School Press.
- Pollan, Michael 2007, *The Omnivore's Dilemma. A Natural History of Four Meals*, New York: Penguin.
- Robertson, Roland 1995, "Glocalization. Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity", Mike Featherstone, Scott Lash & Roland Robertson (eds.), *Global Modernities*, London: Sage Publications, s. 25–45.
- Roos, Gun, Laura Terragni & Hanne Torjusen 2007, "The Local in the Global. Creating Ethical Relations between Producers and Consumers", Virginie Amilien & Georgina Holt (eds.), *Anthropology of Food. Special Issue S2, From Local Food to Localised Food*, s. 1–11.
- Rousseau, Signe 2012, *Food Media. Celebrity Chefs and the Politics of Everyday Interference*, London: Berg.
- Rytkönen, Paulina 2011, "Skyddade ursprungsbeteckningar – ett bidrag till 'Sverige det nya matlandet'?", Madeleine Bonow & Paulina Rytkönen (red.), *Gastronomins (politiska) geografi*, SSAG:s årsbok *Ýmer* 131, s. 37–67.
- Simonetti, Luca 2012, "The Ideology of Slow Food", *Journal of European Studies* 42, nr 2, s. 168–189.
- Smith, Laurajane 2006, *Uses of Heritage*, London: Routledge.
- Snæbjörnsson, Magnús Þór 2007, "Er Draumalandið sjálfshjálparbók handa hræddri þjóð?", *Skírnir* 187, s. 464–495.
- Trubek, Amy B. 2008, *The Taste of Place. A Cultural Journey into Terroir*, Berkeley: University of California Press.
- Tschofen, Bernhard 1998, "Cultural History Served on a Plate. Ethnicity and History as Experience and Adventure", Patricia Lysaght (ed.), *Food and the Traveller. Migration, Immigration, Tourism and Ethnic Food*, Cyprus: Intercollege Press, s. 329–335.
- Watson, James L. 2005, "China's Big Mac Attack", James L. Watson & Melissa L. Caldwell (eds.), *The Cultural Politics of Food and Eating. A Reader*, Malden, MA: Blackwell Publishing, s. 70–80.
- Watson, James L. & Melissa L. Caldwell 2005, "Introduction", *The Cultural Politics of Food and Eating. A Reader*, Malden, MA: Blackwell Publishing, s. 1–10.
- Welz, Gisela 2007, "Europäische Produkte. Nahrungskulturelles Erbe und EU-Politik", Dorothee Hemme, Markus Tauschek & Regina Bendix (Hg.), *Prädikat "Heritage". Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen*, Berlin: Lit Verlag, s. 323–335.

### Elektroniskt material

- Erpsstaðir, mejeri, <http://www.erpsstadir.is/gisting.html> (hämtad 23.5.2018).
- Hilmarsson, Óli Þór, ”Sérstakt lambkjöt. Frá hugmynd að veruleika”, [http://www.matis.is/media/utgafa/matra/Matis\\_Hvannalamb.pdf](http://www.matis.is/media/utgafa/matra/Matis_Hvannalamb.pdf) [sidnummer saknas] (hämtad 27.11.2009).
- Hveravellir, yrkesodling, <https://www.islenskt.is/en/farmers/id/1940/hveravellir> (hämtad 23.5.2018).
- ”Íslendingar rifa í sig frystikistur”, *Visir.is* 6.11.2008, <http://www.visir.is/islendingar-rifa-i-sig-frystikistur/article/2008551435618> (hämtad 23.11.2009).
- Reklamfilm för isländska grönsaker, <https://vimeo.com/56094322> (hämtad 1.3.2015).
- Slow Food, terminologi, <http://www.slowfood.com/about-us/slow-food-terminology/> (hämtad 23.5.2018).
- UNESCO:s lista över immateriellt kulturarv, [www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00011](http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00011) (hämtad 1.3.2015).
- Útstekkur, Austurlamb, <http://www.austurlamb.is/index.php/framleieendur/utstekkur> (hämtad 1.3.2015).

### Intervjuer, i författarens ägo

- Intervju med Þorgrímur Einar Guðbjartsson, 19.1.2009.
- Intervju med Halla Steinólfsdóttir, 23.1.2009.

## LINDQVIST: MAT PÅ BILD – ATT ILLUSTRERA RENA RÅVAROR

### Arkiv

- Svenska litteratursällskapet i Finland, Helsingfors  
SLS 2218 Matkultur 2011  
Intervjuer med matproducenter och odlare om hållbarhet och drivkraft

### Litteratur

- Ahlberg, Monika 1994, *Rosendahls Trädgårdscafé*, Stockholm: Norstedt.
- Bergström, Bo 2012, *Effektiv visuell kommunikation. Om nyheter, reklam och profilering i vår visuella kultur*, 8:e, rev. uppl., Stockholm: Carlsson.
- Björklund, Gustafva 1885, *Kokbok för husmödrar, innehållande beskrifningar öfver mer än 2 000 anrättningar (jemte 100 för tillredning af swamprätter)*, 12:e, rev. uppl., Stockholm: Askerberg.
- Carlström, Elsa 2010, *Förnuft och känsla. En studie av kokböckers visuella kommunikation under det tidiga 90-talet och sena 00-talet*, otryckt kandidatuppsats i Medie- och kommunikationsvetenskap, Växjö: Linnéuniversitetet, <http://lnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:332054/FULLTEXT01.pdf> (hämtad 30.1.2017).
- Heldt Cassel, Susanna 2003, *Att tillaga en region. Den regionala maten i representationer och praktik – exemplet Skärgårdssmak*, diss., Uppsala: Kulturgeografiska institutionen, Uppsala universitet.

- Ising, Lisa 2014, "Äkta Mat – Claus Meyer, Gastronomins Steve Jobs", *Äkta Mat* nr 2, s. 48–51, <http://slidegur.com/doc/4878611/%C3%A4kta-mat-%E2%80%93-claus-meyer--gastronomins-steve-jobs> (hämtad 29.1.2017).
- Jönsson, Håkan 2013, "The Road to the New Nordic Kitchen – Examples from Sweden", Patricia Lysaght (ed.), *The Return of Traditional Food. Proceedings of the 19th Ethnological Food Research Conference, 15–18 August 2012*, Lund: Department of Arts and Cultural Sciences, Lund University, s. 53–67.
- Langlet, Mathilda 1892, *Husmodern i staden och på landet. En fullständig handbok i hushållningens alla grenar*, 2:a, rev. uppl., Stockholm: Bonnier.
- Larsen, Hanne Pico & Susanne Österlund-Pöttsch 2013, "Foraging for Nordic Wild Food. Introducing Nordic Island Terroir", Patricia Lysaght (ed.), *The Return of Traditional Food. Proceedings of the 19th Ethnological Food Research Conference, 15–18 August 2012*, Lund: Department of Arts and Cultural Sciences, Lund University, s. 68–78.
- Lidman, Tomas 2013, "Från kökshyllan till sängbordet. Måltidslitteratur förr och nu", Carl Henrik Carlsson (red.), *Mat och dryck. Smakprov ur arkiven*, Årsbok för Riksarkivet och Landsarkiven, Stockholm: Riksarkivet, s. 29–40.
- Liljeberg-Elgert, Sheila (red.) 1999, *Martha – kvinna i tiden 1899–1999*, Helsingfors: Finlands svenska Marthaförbund.
- Lindqvist, Yrsa 2009, *Mat, måltid, minne. Hundra år av finlandssvensk matkultur*, Helsingfors: Svenska litteratursällskapet i Finland.
- Läckra OKA-recept, Helsingfors: Kaffe Ab 1952.
- Lärohandledning. *Mat för alla sinnen. Sensorisk träning enligt SAPERE-metoden* (1999), Uppsala: Livsmedelsverket & Stiftelsen för Måltidsforskning, <http://operationskolmat.fi/Site/Data/183/Files/pdf/Handledning%20saperehandbok.pdf> (hämtad 30.1.2017).
- Mankell, Bia 2013, *Bild och materialitet. Om föreställningar, synsätt, material och uttryck i måleri, teckning och fotografi*, Lund: Studentlitteratur.
- Melander, Runa 1929, *Hemhushållningens grunder och en samling recept för matlagning, bakning, konservering m.m.*, Helsingfors: Finlands svenska Marthaförbund.
- Melander, Runa 1955, *Matlagningens grunder och recept för matlagning, bakning, konservering m.m.*, 10:e uppl., Helsingfors: Finlands svenska Marthaförbund.
- Nylander, Margaretha 1823, *Handbok vid den nu brukliga finare matlagningen*, 2:a, rev. uppl., Stockholm.
- Nyvang, Caroline 2013, "I den gode smags tjenste. Den gastronomiske bevaegelse i danske kokeböger 1950–1973", *Tidskrift för kulturforskning* nr 3–4, s. 64–81.
- Olsoni, Anna 1901, *Kokbok II för hem och skola med 872 matrecept och 48 afbildningar jämte kort anvisning rörande dukning, servering, inläggningar m.m.*, Helsingfors: Söderström 1901.
- Pettersson, Rune 2003, *Ord, bild & form. Termer och begrepp inom informationsdesign*, Lund: Studentlitteratur.
- Rena råvaror. *En matresa genom Svenskfinland* (2011), Helsingfors: Finlands svenska Marthaförbund.
- Sandquist-Bolin, Britt 1993, *Kodin keittokirja*, Jyväskylä & Helsinki: Gummerus.

- Shapiro, Ellen 2013, "Mastering The Art of Cookbook Illustration", *PRINT* 30.9.2013, <http://www.printmag.com/illustration/mastering-the-art-of-cookbook-illustration/> (hämtad 26.10.2016).
- Söderling, Fredrik 2012, "Svenska kokböcker en exportsuccé", *Dagens Nyheter* 20.12.2012, <https://www.dn.se/dn-bok/svenska-kokbocker-en-exportsuccé/> (hämtad 6.6.2018).
- Tornérhielm, Vera 1951, *Det är serverat. Den nya kalorikokboken. 200 recept*, Stockholm: Lindqvist.
- Zingmark, Urban 2004, *Matstilleben på 1600-talet och matfoto kring år 2000. Jämförelse med några svenska kokböcker*, Stockholm: Konstvetenskapliga institutionen vid Stockholms universitet.
- Ärlemalm, Inger 2000, *Cajsa Warg, Hiram och de andra. Om svenska kokboks författarinnor. Med 65 recept*, Bromma: Ordalaget.

### Elektroniskt material

- A la carte-böcker på företagets webbplats, <http://alacarte.fi/kirjatilaus/> (hämtad 2.11.2016).
- Asks webbplats, <http://restaurantask.com/> (hämtad 28.11.2016).
- Digitaliserade böcker från kokboksmuseet, Universitetsbiblioteket, Örebro universitet: <https://www.oru.se/ub/vara-bibliotek/vara-specialsamlingar/Digitaliserade-bocker-fran-kokboksmuseet/>.
- Elwing, Maria 2014, "400 kokböcker om året" (11.12.2014), bloggen *Ur cateringperspektiv*, <http://besoksliv.www5.a3j.se/blogg/maria-elwing/400-kokboecker-om-aret> (hämtad 6.6.2018).
- Finalisterna i tävlingen "Finlands nationalrätt", ELO-stiftelsen, <http://www.elo-saatio.fi/finalisterna2> (hämtad 30.11.2016).
- "Historik", Finlands svenska Marthaförbunds webbplats, <https://www.martha.fi/sv/forbundet/historik/> (hämtad 27.10.2017).
- "Nya insatsområden för Ny Nordisk Mat" (12.5.2016), Nordiska ministerrådet, <http://www.norden.org/sv/aktuellt/nyheter/nya-insatsomraaden-foer-ny-nordisk-mat> (hämtad 30.1.2017).
- "Our philosophy", Slow Food-rörelsens webbplats, <http://www.slowfood.com/about-us/our-philosophy/> (hämtad 30.1.2017).
- Programmen för Ny nordisk mat 2006–2014, Nordiska ministerrådet, <http://www.norden.org/sv/tema/ny-nordisk-mad/tidigare-program-2006-2014> (hämtad 30.1.2017).
- Programmet Ny nordisk mat II, <http://arkiv.nynordiskmad.org/om-nnm-ii/om/> (hämtad 13.11.2014).
- REKO-ringar i Finland, Eko Nu! För ekobranchen i Svenskfinland, <http://www.ekonu.fi/reko-2/reko-ringar/> (hämtad 30.1.2017).
- "Satavuotias Suomi sai oman menun" (24.8.2016), Centralförbundet för lant- och skogsbruksproducenter MTK, [https://www.mtk.fi/ajankohtaista/uutiset/uutiset\\_2016/fi\\_FI/Satavuotias\\_Suomi\\_sai\\_oman\\_menus/](https://www.mtk.fi/ajankohtaista/uutiset/uutiset_2016/fi_FI/Satavuotias_Suomi_sai_oman_menus/) (hämtad 4.11.2016).
- Stam, Joni 2012, "Bildanalys", webbplatsen *larare.at*, <http://www.larare.at/svenska/moment/bildanalys/kompendium.html> (hämtad 30.1.2017).
- Thompson, Helen Grace Ventura 2014, "Food photography and the political climate" (4.3.2014), bloggen *The History of Food Photography*, <http://helengraceventurathompson.com/blog/historyoffoodphotography/?p=532> (hämtad 30.1.2017).

- ”Verksamhetsplan 2016”, Finlands svenska Marthaförbund, <http://martha.fi/Site/Data/225/Files/verksamhetsplan2016.pdf> (hämtad 30.1.2017).
- ”Århus-deklarationen om ny nordisk mad” (2005), Nordiska ministerrådet, <http://www.norden.org/sv/nordiska-ministerraadet/ministerraad/nordiska-ministerraadet-foer-fiskeri-havsbruk-jordbruk-livsmedel-och-skogsbruk-mr-fjls/arrangemang/moete-i-ministerraadet-foer-fiskeri-och-havsbruk-jordbruk-livsmedel-och-skogsbruk-30.-juni-2005-aarhus-i-danmark/aarhus-deklarationen-om-ny-nordisk-mad> (hämtad 30.1.2017).

## LARSEN: PÅ JAKT EFTER SNIGLAR OCH BERÄTTELSE

### Litteratur

- Abend, Lisa 2012, ”Top Chef. How 34-year-old Danish chef René Redzepi came to lead the latest revolution in European cuisine”, *Time Magazine* 26.3.2012.
- Appadurai, Arjun 1988, ”How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India”, *Comparative Studies in Society and History* 30, nr 2, s. 3–24.
- Bell, David & Gill Valentine (eds.) 1997, *Consuming Geographies. We are where we eat*, London: Routledge.
- Bulow, Alessandra, ”An interview with René Redzepi”, webbplatsen *Epicurious*, <http://www.epicurious.com/archive/chefsexperts/celebrity-chefs/rene-redzepi-interview>.
- Byrkjeflot, Haldor, Jesper Standgaard Pedersen & Silviya Svejenova 2013, ”From Label to Practice. The process of Creating New Nordic Cuisine”, *Journal of Culinary Science & Technology* 11, s. 36–55.
- Hermansen, Mark Emil 2012, ”Creating Terroir. An Anthropological Perspective on New Nordic Cuisine as an Expression of Nordic Identity” (7.8.2012), bloggen *Nordic Food Labs*, <http://nordicfoodlab.org/blog/2012/8/creating-terroir-an-anthropological-perspective-on-new-nordic-cuisine-as-an-expression-of-nordic-identity>.
- Jacobsen, Rowan 2010, *American Terroir. Savoring the Flavors of our Woods, Waters, and Fields*, New York: Bloomsbury.
- Johnston, Josée & Shyon Baumann 2010, *Foodies. Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*, New York: Routledge.
- Jönsson, Håkan 2013, ”The road to the New Nordic Kitchen – Examples from Sweden”, Patricia Lysaght (ed.), *The return of traditional food*, Lund: Lund University Press, s. 53–67.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 1999, ”Playing to the Senses. Food as a Performance Medium”, *Performance Research* 4, nr 1, s. 1–30.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 2007, ”Making Sense of Food in Performance. The Table and the Stage”, Sally Banes & André Lepecki (eds.), *The Senses in Performance*, New York: Routledge, s. 71–89.
- Kopytoff, Igor 1996, ”The Cultural Biography of Things. Commoditization As Process”, Arjun Appadurai (ed.), *The Social Life of Things*, Cambridge: Cambridge University Press, s. 64–91.

- Kragh Jacobsen, Jan 2013, "The Food and Eating experience", Jon Sundbo & Per Darmer (eds.), *Creating Experiences in the Experience Economy*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, s. 13–32.
- Kramer, Jane 2011, "The Food at Our Feet. Why is Foraging all the Rage?", *The New Yorker* 21.11.2011, <https://www.newyorker.com/magazine/2011/11/21/the-food-at-our-feet>.
- Larsen, Hanne Pico 2010, "Performing Tasty Heritage", *Ethnologia Europaea* 40, nr 2, s. 90–102.
- Larsen, Hanne Pico & Susanne Österlund-Pötzsch 2015, "Islands in the Sun. Storytelling, Place and Terroir in Food Production on Nordic Islands", *Ethnologia Scandinavica* 45, s. 29–52.
- Lee, Josh 2018, "The new Noma: Copenhagen's best restaurant reviewed", *British GQ* 5.3.2018, <http://www.gq-magazine.co.uk/article/we-review-the-new-noma>.
- McCorristine, Shane 2011, "The Place of Pessimism in Henning Mankell's Kurt Wallander Series", Andrew Nestinger & Paula Arvas (eds.), *Scandinavian Crime Fiction*, Cardiff: University of Wales Press, s. 77–88.
- Redzepi, René 2010, *Noma. Time and Place in Nordic Cuisine*, New York & London: Phaidon.
- Redzepi, René 2013a, *Journal*, New York & London: Phaidon.
- Redzepi, René 2013b, *Noma Recipes*, New York & London: Phaidon.
- Redzepi, René & Claus Meyer 2006, *Noma. Nordisk Mad*, Köpenhamn: Politiken.
- Richman, Alan 2010, "The Great Forager", *GQ – Gentlemen's Quarterly*, December.
- Sconzo, John 2010, "A Dinner at noma – the Snacks", bloggen *Docskonz-The Blog. Musing on Food and Life*, [http://docskonz.typepad.com/docskonz\\_the\\_blog/2010/09/a-dinner-at-noma.html](http://docskonz.typepad.com/docskonz_the_blog/2010/09/a-dinner-at-noma.html).
- Smith, Andrew F. 2009, *Eating History. Thirty Turning Points in the Making of American Cuisine*, New York: Columbia University Press.
- Spang, Rebecca 2000, *The Invention of the Restaurant*, Cambridge: Harvard University Press.
- Trubek, Amy B. 2008, *The Taste of Place. A Culinary Journey into Terroir*, Berkeley: The University of California Press.
- Van Wolputte, Steven 2004, "Hang on to Your Self. Of Bodies, Embodiment, and Selves", *Annual Review of Anthropology* 33, nr 1, s. 251–269.
- Zukin, Sharon 2008, "Consuming Authenticity. From Outposts of Difference to Means of Exclusion", *Cultural Studies* 22, nr 5, s. 724–748.

### Intervjuer, i författarens ägo

- Intervju med René Redzepi, 21.8.2009.
- Intervju med Torsten Vildgaard, 1.9.2011.

### Tv-intervju

- Intervju med René Redzepi av Charlie Rose 11.6.2010, <https://charlierose.com/videos/15199>.

## BURSTEDT: LYXRESTAURANGER – EN SMAKFRÅGA

### Litteratur

- Amilien, Virginie 2003, "The rise of the restaurants in Norway", Marc Jacobs & Peter Scholliers (eds.), *Eating out in Europe. Picnics, gourmet dining and snacks in the late eighteenth century*, Oxford: Berg.
- Appadurai, Arjun 1899, "How to make a national Cuisine. Cookbooks in Contemporary India", *Comparative Studies in Society and History* 30, nr 1, s. 3–24.
- Arsel, Zeynep & Jonathan Bean 2012, "Taste Regimes and Market-Mediated Practice", *Journal of Consumer Research* 39, s. 899–915.
- Ashley, Bob et al. 2004, *Food and cultural studies*, London: Routledge.
- Borda, Beatriz & Susanne Lundin 1986, "Vem får grädden på tårtan? Om samhällets subtila maktstrukturer i Pierre Bourdieus sociologi", *RIG* 69, nr 3, s. 66–86.
- Bourdieu, Pierre 1984, *Distinctions*, Cornwall: Routledge.
- Bugge, Annechen Bahr & Randi Lavik 2010, "Eating Out. A multifaceted Activity in Contemporary Norway", *Food, Culture and Society* 13, nr 2, s. 216–240.
- Burstedt, Anna, Cecilia Fredriksson & Håkan Jönsson 2006, *Mat. Genealogi och gestaltning*, Lund: Studentlitteratur.
- Cook, Ian & Philip Crang 1996, "The world on a plate. Culinary Culture, Displacement and Geographical knowledge", *Journal of Material Culture* 1, nr 2, s. 131–153.
- Davis, Mitchell 2012, *A taste for New York. Restaurant reviews, food discourse and the field of Gastronomy in America*, New York: American Association of Wine Economists.
- Fantasia, Rick 2012, "Cooking the books' of the French Gastronomic field", Elizabeth Silva & Alan Warde (eds.), *Cultural analysis and Bourdieu's legacy. Setting accounts and developing alternatives*, Abingdon: Routledge
- Fine, Gary Alan 1995, "Wittgenstein's Kitchen: Sharing Meaning in Restaurant Work", *Theory and Society* 24, nr 2, s. 245–269.
- Gourmet 199 Bord*, 1988–2004.
- Harp, Stephen L. 2001, *Marketing Michelin. Advertising & Cultural Identity in Twentieth Century France*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Holt, Douglas B. 1997, "Distinction in America? Recovering Bourdieu's theory of tastes from its critics", *Poetics* 25, nr 2–3, s. 931–1020.
- Hultman, Johan 2006, "Från jord till ord. Maten i Skåne", Anna Burstedt, Cecilia Fredriksson & Håkan Jönsson (red.), *Mat. Genealogi och gestaltning*, Lund: Studentlitteratur.
- Johnson Colin et al. 2005, "Behind the stars. A concise typology of Michelin restaurants in Europe", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 46, nr 2, s. 170–187.
- Johnson, Colin & Bernhard Surlemont 2005, "The role of guides in the artistic industries. The special case of the star 'system' in the haute cuisine sector", *Managing Service Quality* 15, nr 6, s. 577–590.



- Johnston, Josée & Shyon Baumann 2010, *Foodies. Democracy and distinction in the Gourmet Foodscape*, New York: Routledge.
- Jordan, Jennifer A. 2007, "The Heirloom Tomato as Cultural Object: investigating Taste and Space", *Sociologia Ruralis* 47, nr 1, s. 20–41.
- Jönsson, Håkan 2012, *Den gastronomiska revolutionen*, Stockholm: Carlsson.
- Jönsson, Håkan & Richard Tellström 2009, "Utbildning inom det gastronomiska fältet", Christina Fjellström (red.), *Gastronomisk forskning*, Stockholm: Gastronomiska akademien.
- Korsmeyer, Carolyn 1999, *Making sense of Taste: Food and Philosophy*, Ithaca: Cornell University Press.
- Lupton, Deborah 1996, *Food, the body and the self*, London: Sage.
- Löfgren, Orvar 1999, *On holiday: a history of vacationing*, Berkeley: University of California Press.
- Martens, Lydia & Alan Warde 2000, *Eating Out. Social differentiation, consumption and pleasure*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Mennell, Stephen 1985, *All manners of food: eating and taste in England and France from the Middle Ages to the present*, London: Blackwell.
- Naccarato, Peter & Kathleen LeBesco 2012, *Culinary Capital*, New York: Berg.
- Ricoeur, Paul 1986/1993, *Från text till handling*, 4:e uppl., Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Silva, Elizabeth & Alan Warde (eds.) 2010, *Cultural analysis and Bourdieu's legacy. Setting accounts and developing alternatives*, Abingdon: Routledge.
- Stringfellow, Lindsey et al. 2013, "Conceptualizing taste: Food, culture and celebrities", *Tourism Management* 37, s. 77–85.
- Strong, Jeremy (ed.) 2011, *Educated Tastes. Food, Drink and Connoisseur Culture*, London: University of Nebraska Press.
- Tellström, Richard 2006, "Knyt tallriken till marken. Ursprungsgestaltning i den kommersiella restaurangen", Anna Burstedt, Cecilia Fredriksson & Håkan Jönsson (red.), *Mat. Genealogi och gestaltning*, Lund: Studentlitteratur.
- Tellström, Richard 2011, *Den hemligaste av kritiker. Tio restaurangrecensenter berättar om sitt nötande av svenska krogstolar från 1970-talet till idag*, Örebro: Grythytte Akademin, Örebro universitet.
- Trubek, Amy 2000, *Haute Cuisine. How the French Invented the Culinary Profession*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Warde, Alan 1997, *Consumption, food, and taste: culinary antinomies and commodity culture*, London: Sage.
- White Guide*, 2004–2012 (tryckta guider) och digitalt på <http://whiteguide.se> (hämtad 19.11.2012).
- Wouters, Cas 2007, *Informalization. Manners and Emotions since 1890*, London: Sage.
- Vägarnas bästa*, 1985–2004.

## REKSTEN: NÅR MAT FEIRES

### Litteratur

- Amalien, Virgine & Erling Krogh 2007, *Den kultiverte maten. En bok om norsk mat, kultur og matkultur*, Bergen: Fagbokforlaget.
- Bachelard, Gaston 1992, *Jorden och viljans drömmier*, Stockholm: Skarabé
- Bachelard, Gaston 1994, *Jorden och drömmier om vila*, Stockholm: Skarabé.
- Becher, Ursula A. J. 1990, *Geschichte des modernen Lebensstils. Essen, Wohnen, Freizeit, Reisen*, München: Beck.
- Berkaak, Odd Are & Even Ruud 1992, *Den påbegynte virkeligheten. Studier i samtidskultur*, Oslo: Universitetsforlaget.
- Bendix, Regina 2006, "The Cream Effect", *Ethnologia Europaea* 35, nr 1–2, s. 14–18.
- Burstedt, Anna, Cecilia Fredriksson & Håkan Jönsson (red.) 2006, *Mat. Genealogi och gestaltning*, Lund: Studentlitteratur.
- Fischler, Claude 1988, "Food, Self and Identity", *Social Science Information* 27, nr 2, s. 275–293.
- Fürst, Elisabeth L'Orange 1995, *Mat – et annet språk. Rasjonalitet, kropp og kvinnlighet*, Oslo: Pax.
- Frykman, Jonas 2001, "Plats för en annan tid. Motovun och tingenes poesi", Kjell Hansen & Karin Salomonsson (red.), *Fönster mot Europa. Platser och identiteter*, Lund: Studentlitteratur.
- Frykman, Jonas & Orvar Löfgren 2004, "Hur känns kultur?", *Kulturella perspektiv. Svensk etnologisk tidskrift* 4, s. 2–20.
- Hammerstad, Kathrine 2008, "Det store etegildet", *Bergens Avisen*, BA.no 13.9.2008, <https://www.ba.no/nyheter/det-store-etegildet/s/1-41-3784374> (lesedato 16.6.2009).
- Hansen, Kjell 2002, "Festivals, Spatiality and the New Europe", *Ethnologia Europaea* 32, nr 2, s. 19–36.
- Howes, David (ed.) 2003, *Sensual Relations. Engaging the Senses in Culture and Social Theory*, Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Howes, David (ed.) 2005, *Empire of the Senses. The Sensual Culture Reader*, New York & Oxford: Berg.
- Jacobsen, Eivind, Reidar Almås & Jahn Petter Johnsen 2003, *Den politiserte maten*, Oslo: Abstrakt forlag.
- Kalandides, Ares 2011, "The problem with spatial identity: revisiting the 'sense of place'", *Journal of Place Management and Development* 4, nr 1, s. 28–39.
- Kayser Nielsen, Nils 2003, *Matkultur. Opbrud og tradition*, Århus: Klim.
- O'Dell, Tom 2002, *Opplevelsens materialitet*, Lund: Studentlitteratur.
- Prazniak, Roxann & Arif Dirlik 2001, *Places and Politics in an Age of Globalization*, Boston: Rowman and Littlefield.
- [Reksten] Kapstad, Connie 2001, *Når handling tar plass. Ein kulturstudie av Fellesaksjonen mot gasskraftverk*, avhandling, dr.art, Universitetet i Bergen.
- [Reksten] Kapstad, Connie 2002, "The disappearance of place. The ethnological dilemma", *Ethnologia Scandinavica* 32, s. 5–19.
- Reksten, Connie 2008, "When Poetry Takes Place. On Olav H. Hauge, Literature, and Festival", *Ethnologia Scandinavica* 38, s. 131–145.

”Svele”, Wikipedia, the free encyclopedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Svele> (lesedato 11.9.2016).  
Taussig, Michael 1993, *Mimesis and Alterity. A Particular History of the Senses*, New York: Routledge.

#### Intervjuer og samtaler i felten, i forfattarens eie

På Bergen Matfestival 2008 og 2009:

- a) Publikum (PUB): PUB-000, 001, 003, 004, 009, 016, 018, 019
- b) Matprodusent (PROD): PROD-024
- c) Festivalarrangør (ARR): ARR/ informant 1/ Bergen Matfestival/ 2008

Feltdagbok

Bergen Matfestival/ feltnotat/ fredag, 12. september 2008

Bergen Matfestival/ feltnotat/ 2009

### ÖSTERLUND-PÖTZSCH: FOLKFEST I MATENS TECKEN

#### Arkiv

Svenska litteratursällskapet i Finland, Helsingfors

SLS 2244 Skördefesten på Åland

Fältdagböcker 2012 och 2013

Intervjuer 2014:31 och 2015:56

#### Litteratur

Amilien, Virginie, Hanne Torjusen & Gunnar Vittersø 2005, ”From local food to *terroir* product? – Some views about *Tjukkmjolk*, the traditional thick sour milk from Røros, Norway”, Virginie Amilien & Gunnar Vittersø (eds.), *Anthropology of food. Local Foods* nr 4, <http://aof.revues.org/211>.

Bardone, Ester 2013, *My farm is my stage. A performance perspective on rural tourism and hospitality services in Estonia*, Tartu: University of Tartu.

Fellman, Nina 2008, ”Folkfest och mångfald på perfekt skördefest”, *Nya Åland* 23.9.2008.

Hellström, Lena 2006, ”Bondens Egen Marknad”, Anna Burstedt, Cecilia Fredriksson & Håkan Jönsson (red.), *Mat. Genealogi och gestaltning*, Lund: Studentlitteratur, s. 185–202.

Hultman, Johan 2002, ”Natur TM. Glada grisar, vandrarkängor och ekologisk modernisering”, Tom O’Dell (red.), *Upplevelsens materialitet*, Lund: Studentlitteratur, s. 35–54.

Jönsson, Håkan 2002, ”Matupplevelser”, Tom O’Dell (red.), *Upplevelsens materialitet*, Lund: Studentlitteratur, s. 55–72.

Jönsson, Håkan 2013, ”The Road to the New Nordic Kitchen – Examples from Sweden”, Patricia Lysaght (ed.), *The Return of Traditional Food. Proceedings of the 19th International Ethnological Food Research Conference 15–18 August 2012*, Lund: Department of Arts and Cultural Sciences, Lund University, s. 53–67.

- Larsen, Hanne Pico & Susanne Österlund-Pöttsch 2015, "Islands in the Sun. Storytelling, Place and Terroir in Food Production on Nordic Islands", *Ethnologia Scandinavica* nr 45, s. 29–52.
- Lippard, Lucy R. 1997, *The Lure of the Local. Senses of Place in a Multicentered Society*, New York: The New Press.
- McElroy, Jerome L. & Holly Lucas 2014, "A note on the significance of geographic location in island studies", *Island Studies Journal* 9, nr 2, s. 363–366.
- Pétursson, Jón Þór 2018, "Organic intimacy: emotional practices at an organic store", *Agriculture and Human Values. Journal of the Agriculture, Food, and Human Values Society*,  
<https://doi.org/10.1007/s10460-018-9851-y>.
- Ronström, Owe 2008, "A Different Land. Heritage Production on the Island of Gotland", *Shima. The International Journal of Research into Island Cultures* 2, nr 2, s. 1–18.
- Ronström, Owe 2012, "Saffron Pancake", Anna and Godfrey Baldacchino (eds.), *A Taste of Islands. 60 Recipes and Stories from Our World of Islands*, Charlottetown: Institute of Islands studies, Island Studies Press, s. 252–255.
- Selberg, Torunn 2007, "Mennesker og steder. Innledning", Torunn Selberg & Nils Gilje (red.), *Kulturelle landskap. Sted, fortelling og materiell kultur*, Bergen: Fagbokforlaget.
- Skördenytt (nyhetsblad) 2013, nr 10, Skördefestens Vänner r.f.

#### Elektroniskt material

- Dacke Buss, bussbolag, <http://www.dackebuss.se/?des=582> ) (hämtad 2.11.2013).  
 "Så funkar Skördefesten", webbplatsen för Skördefesten på Åland,  
<https://skordefest.ax/sa-funkar-det/> (hämtad 7.8.2018).

# Bildkällor

## Sidnummer

- 26 Estlands nationalmuseum, Tartu, foto Gustav Vilbaste  
27 Tallinns stadsmuseum, foto Hans Soosaar  
30 Viljandi museum, fotograf okänd  
33, 34 Estlands nationalmuseum, Tartu, fotograf okänd  
40 Foto Sille Vadi (bloggen *Toidutegu*, <https://toidutegu.wordpress.com/>)  
51 Foto Haraldur Jónsson  
74, 75 Mejeriet Erpsstaðir, Island  
85, 87, 89, 92, 93, 96, 104, 105 (ovan) Foto Karin Lindroos (broschyren *Rena råvaror. En matresa genom Svenskfinland* 2011, Helsingfors: Finlands svenska Marthaförbund)  
100, 105 (nedan), 106 (t.v.), 107 Björklund, Gustafva 1885, *Kokbok för husmödrar, innehållande beskrifningar öfwer mer än 2 000 anrättningar (jemte 100 för tillredning af swamprätter)*, 12:e, rev. uppl., Stockholm: Askerberg  
103 *Läckra OKA-recept* 1952, Helsingfors: Kaffe Ab  
106 (t.h.) Recept på Finlands svenska Marthaförbunds webbplats, <http://martha.fi/sv/radgivning/recept/view-93381-3575>  
109 ELO-stiftelsen, Helsingfors, foto Laura Riihelä  
115, 126 Foto Hanne Pico Larsen  
120, 200 Foto Susanne Österlund-Pötzsch  
135 Foto Janne Rentola, Svenska litteratursällskapet i Finland  
142 Foto Siniz Kim/Unsplash  
150 Foto Jurga Jot/Shutterstock.com  
164, 165 Foto Connie Reksten  
166, 171 Foto Eirik Hagesæter  
175 Foto Magne Turøy  
190 Andelslaget Odlarringen, Åland  
194 Foto Fredrik Törnroos, *Nya Åland*  
197 Foto Ida K Jansson, *Nya Åland*

# Medverkande

**ESTER BARDONE**, PhD, är universitetslärare i etnologi vid Tartu universitet. Hon har forskat i, skrivit artiklar och undervisat om användning av vilda bär, rökbastukultur och hemrestauranger i estniskt och nordiskt perspektiv. Hon disputerade vid Tartu universitet på avhandlingen *My Farm is My Stage. A Performance Perspective on Rural Tourism and Hospitality Services in Estonia* (2013).

**ANNA BURSTEDT** är doktorand i etnologi vid Lunds universitet. Hennes avhandling handlar om konsumtion och produktion av etnisk mat i restaurangmiljöer. Hon undervisar och har skrivit ett flertal artiklar om matkultur och har aktivt bidragit till att presentera matetnologisk forskning i media. I artikeln ”The Place on the Plate!” (2002) undersöker hon förhållandet mellan mat och plats.

**HANNE PICO LARSEN**, PhD, är lektor vid Copenhagen Business School med inriktning på konsumtionsforskning. Hennes doktorsavhandling behandlar turism och marknadsföring av platser med etniskt tema i USA (2006) och hon har forskat, undervisat och publicerat inom matantropologi, turism och upplevelseekonomi. I flera publikationer, som ”Performing Tasty Heritage. Danish Cuisine and Playful Nostalgia at Restaurant noma” (2010), analyserar hon det nya nordiska köket.

**YRSA LINDQVIST**, fillic., är förste arkivarie vid Traditions- och språksamlingen vid Svenska litteratursällskapets arkiv. Hon är forskare i etnologi med specialisering på matkultur, konsumtion, hantverk och materiell kultur. År 2008 utkom hon med

boken *Mat, måltid, minne. Hundra år av finlandssvensk matkultur*.

**JÓN ÞÓR PÉTURSSON** är doktorand i etnologi vid Lunds universitet med en avhandling om ekologisk mat och livsstil. Han har i sin forskning varit inriktad på hälsokosttrender, berättelser om mat och mat som materiell kultur. I artikeln ”Eduardo’s Apples. The Co-Production of Personalized Food Relationships” (2013) undersöker han hur personliga berättelser används i marknadsföring av mat.

**CONNIE REKSTEN**, Dr.Art., är folklorist och forskare vid Institutet för arkeologi, historie, kultur- och religionsvetenskap vid Universitetet i Bergen. Hon disputerade på avhandlingen *Når handling tar plass. Ein kulturstudie av Fellesaksjonen mot gasskraftverk* (2002) och har i sin forskning fokuserat på platskapande, som i artikeln ”The disappearance of place. The ethnological dilemma” (2002). Hennes pågående forskning behandlar matfestivalers betydelse för olika regioner.

**SUSANNE ÖSTERLUND-PÖTZSCH**, docent, är arkivarie vid Traditions- och språksamlingen vid Svenska litteratursällskapets arkiv. Till hennes forskningsintressen hör rörelsemönster, spatialitet och performans. Hennes doktorsavhandling (2003) behandlade finlandssvenska emigrantättlingar i Nordamerika. Tillsammans med Hanne Pico Larsen har hon analyserat marknadsföring och berättelser om matprodukter i artikeln ”Islands in the Sun. Storytelling, Place & Terroir in Food Production on Nordic Islands” (2015).

# Personregister

- Ahlberg, Monika 84, 105  
Amilien, Virginie 151  
Andersson, Thomas 141  
Anttonen, Pertti 52  
Bachelard, Gaston 179, 180  
Bardone, Ester 15, 199  
Baumann, Shyon 134, 150  
Bendix, Regina 179–181  
Berkaak, Odd Are 182  
Björgvinsdóttir, Bryndís 62  
Björklund, Gustava 99–101, 105–107  
Björklund, Michael 12  
Blixen, Karen 178  
Bourdieu, Pierre 133  
Bras, Michel 123, 125  
Brenner, Lena 186, 188, 189, 191,  
201, 204  
Burstedt, Anna 16  
Davis, Mitchell 139  
Eklund, Karin 195  
Eklund, Ulf 195  
Elias, Norbert 170  
Fellman, Nina 192  
Fine, Gary Alan 137, 145, 146  
Fischler, Claude 169  
Fürst, Elisabeth L'Orange 169, 178  
Gislason, Guðmundur 63  
Guðbjartsson, Þorgrímur Einar 71–76  
Guðmundsdóttir, Helga Elínborg  
71, 73, 74  
Guðmundsson, Tómas 49  
Gunnarsdóttir, Sjöfn 67  
Gustafsson, Anneli 205  
Gylfason, Þorsteinn 53–55  
Hafstein, Valdimar 59, 76  
Hagman, Lucina 111  
Handler, Richard 52  
Hansen, Kjell 163, 164  
Harvey, David 56  
Hassenkamp, Olivier 18  
Hermansen, Mark Emil 116  
Hjelm, Heiðberg 67  
Howes, David 173  
Hymes, Dell 52  
Isaksson, Sayan 13  
Jacobsen, Rowan 117  
Johnston, Josée 134, 150  
Jönsson, Håkan 134  
Kalandides, Ares 163  
Karlsson, Friðrik Valur 68  
Kayser Nielsen, Niels 169, 170  
Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 68, 70  
Kostian, Toni 13  
Köstlin, Konrad 70  
Langlet, Mathilda 100  
Larsen, Hanne Pico 16, 69  
Lauring, Anders 152  
Lindqvist, Yrsa 16  
Lindroos, Karin 83, 84  
Linnekin, Jocelyn 52  
Long, Lucy M. 22  
Magnason, Andri Snær 60, 61, 63  
Magnúsdóttir, Arnrún 68  
Mankell, Henning 122  
Melander, Runa 102, 111  
Mennell, Stephen 138  
Mérus, Louise 84  
Meyer, Claus 11, 12, 85  
Mælvær, Karen 168  
Nilsson, Mats-Eric 18  
Nylander, Margaretha 99  
Ólafsdóttir, Heiðbjört 50  
Ólafsson, Páll 50  
Olsoni, Anna 101  
Petrini, Carlo 11, 55  
Pétursson, Jón Þór 15, 203  
Redzepe, René 12, 69, 113, 114,  
117–119, 122, 123, 125, 127, 128  
Reksten, Connie 16  
Ricoeur, Paul 132  
Rittman, Roland 114, 118, 119, 121,  
122, 127  
Ronström, Owe 188  
Selberg, Torunn 192  
Simonetti, Luca 58, 59  
Sjögren, Alexander 13, 18  
Smith, Laurajane 59  
Snæbjörnsson, Magnús Þór 61, 62  
Spuhl-Rotalia, Jaan 28  
Steinólfsson, Halla 63–66  
Stenmark, Anders 192  
Stenros, Manne 104  
Strong, Jeremy 147  
Sundberg, Ann 193, 195, 198, 206  
Sutton, David E. 21  
Tellström, Richard 146  
Trubek, Amy B. 64  
Tschofen, Bernhard 69  
Warg, Cajsa 99  
Waters, Alice 118, 119  
Westerberg, E. 100  
Vildgaard, Torsten 122, 123  
Vottonen, Eero 13  
Wouters, Cas 139  
von Wrangell, Benita 28  
Žižek, Slavoj 61  
Österlund-Pötzsch, Susanne 17