

Mat som identitetsbærer.

Måltidet i kontekst og som konsept

*Om hvilke faktorer som styrer vårt matmønster
innenfor- og utenfor hjemmet*

Teoretisk hovedfag av Knut Ivar Olsen

Seksjon for visuell kommunikasjon,

avdeling for design

Kunsthøgskolen i Bergen 2000

Takk til

Jeg ønsker å gi en stor takk til veileder Peter Haars som har sett linjene i alle tankene jeg har presentert ham. Han har med sin kunnskap og kommentarer fått meg til å ta viktige valg for oppgaven.
Takk nr. to går til kjæresten min Stine som har vært en viktig diskusjonspartner, kritiker, språkveileder og korrekturleser – tusen takk!
Også en liten hilsen til onkelen min Erling, som ga meg et forklede og spurte om jeg ville ha jobb på kroen han drev en gang midt på 80-tallet. Matinteressen ble kanskje født der!

Forord

1. Innledning

2. Hypotese

3. Historisk del

3.1 Måltidets plass innenfor hjemmet

3.1.1 Innledning

“våre nasjonale røtter”

3.1.2 Bondesamfunnet

Det var en gang

“Gi oss i dag vårt daglige brød”

arbeidsfellesskapet og måltidets plass

Arbeidsfordelingen mellom kjønnene

Bondemeny

Gjestfrihet og raushet

Impulser og påvirkning

Matens betydning

Fraflytting fra bygdene og overgang til markedsøkonomi

3.1.3 Arbeiderklassen

Framveksten av byene

Arbeiderens skjebne

Også råvarer som lønn

Et rom og halvt kjøkken

Ernærings spørsmål og synet på kvinnen

Arbeidernes kosthold

Kunnskap er makt

3.1.4 Borgerskapet

Også middelklasse i byene

Kvinnene i borgerskapets ekteskap

Forskjeller mellom by og bygd

Festlige lag

3.1.5 Oppsummering

3.2 Måltidets plass utenfor hjemmet

3.2.1 Innledning

3.2.2 Hoteller og vetshus

Tak over hodet
Mennesker på reiser
Hotelllets opprinnelse
Handelsstasjoner og vertshus
Norske hoteltradisjoner og turismens oppblomstring

3.2.3 Serveringsbransjen i europa

Kaffehusene i Europa
Intelletuelle diskusjoner og planlegging av kriger over en kopp kaffe
Kaffen gjør deg klarsynt...
Fra kaffehus til Kaféer

3.2.4 Serveringsbransjen i Norge

Grunnlaget for kafédrift i Norge
“Selskapssyke”
Forskjellen mellom mann og kvinne i det offentlige rom

3.2.5 Hyttekultur og ut i skogen og opp i fjellene

Det typiske norske
Den gamle myten om nordmannen
Mat på arbeidsplassen – ute på jordene
Landlige omgivelser utenfor byene
Turister og reiseskildringer
Pølse på bål

3.3 Mat og drikke i sosial kontekst

3.3.1 Måltider fra vugge til grav innenfor familietradisjoner

Julen
Bryllup
gravferd og gravøl
Fødsel og dåp
Bearlag og dugnadshjelp

3.3.2 Oppsummering og refleksjon rundt våre ritualer

4.Hoveddel

4.1Den norske måltidskulturen i dag

4.1.1 Innledning til den moderne norske hverdagsmiddagen

4.1.2 Hjemmet

Det norske hjemmet
Her skal det være godt å leve

Vår spredte bosettingshistorie
Forskjellige menneskegrupper forhold til maten

4.1.3 Vår arbeidsitasjon

Fra den industrielle til den digitale revolusjonen
“Gamle” og nye yrker
Arbeid og mat

4.1.4 Mat

Inntro
Mat definert av kultur
Et samfunns utgangspunkt for sin matkultur
Den moderniserte matvareindustrien
Mattilbredning basert på råvarer
Råvarer som basis
Samfunnsendringer som har skapt nye spisetilbud
Halvfabrikata
Helfabrikata/ferdigmat

4.1.5 Måltidet

intro
Måltidet – matens arena
Matens mening innefor ulike måltider
Kunnskap og individuelle valg
Kjernefamilien praktiserer fortsatt
Hvordan møte utfordringne?
Måltidets egenskaper

4.1.6 Matvarebutikkene

Fra krambod til spesialforretninger
Framveksten av kjøpesentrene

4.1.7 Pizzeria og kinamat

Fri flyt av kapital og kultur på tvers av landegrensene
Brudd med familien og samfunnsreglene
Grunnlaget for suksess

4.1.8 Serveringsbransjen de siste tjue årene

Den norske oppblomstringen innenfor serveringsbransjen
Flere steder og nye ønsker
Kjeder og globalisering
Serveringsbransjens ulike oppgaver
Unge menneskers nye ønsker og behov
Ulike serveringskonsepter og livsstilsprosjekter

5. Drøftingsdel

5.1 Innledning til drøfting omkring hverdagsmåltidets rolle og forandring

5.2 De moderne råvarene og maten

Matvareindustriens nye produksjonsformer
De norske klassikerne da mor stod ved kjøkkenbenken
Én inntekt og lite rom for eksperimentering
Utvidelse av vårt mattilbud
Fårikål om våren
Form uten smak
De store valgmulighetenes mørke bakside

5.3 Ferdigmat

Intro
Ferdigmat basert på hjemmelaget oppskrift
Matvareprodusentenes metaprodukter
Den uforpliktende ferdigmaten
Jeg spiser når jeg vil
Matanalfabet eller bevisst karrierejager?
Ferdigmaten som en redning for foreldrene
Ja, ja - verden må jo gå framover
Kjøttkaker i brun saus - tre framgangsmåter
Ferdigretter:
Halvfabrikata :
Mat av råvarer:
Tar det lang tid å lage mat?
Tilbake til kjøkkenbenken

5.4 Hjemmet

Hjemmet et møtested - ikke et tilholdssted
Materiell lykke og avhengighet
Kvinnens dobbeltarbeid
Kommer du hjem til middag?

5.5 Det offentlige rom

Mangel på bytradisjoner
Det velutstyrte norske hjemmet
Hvor kan vi møtes?
Hvem er nordmannen?
Oppsummering

5.6 Er butikkene til for oss forbrukere?

Den norske matvarebransjen
Rimikjeden som et eksempel
Nye trender som kommer til Norge?

Betjeningen i matvarebutikkene
Mineralsuppe og tomatproduksjonen
Markedskrefter og fornøyde kunder
Rimi-Hagen – vår nye samfunnsstøtter og “predikant”
Bonuskort – din eller min fortjeneste?
Matvarekonsernens egne merkevarer og image kontra identitet
Matreklame med flere målgrupper
Oppsummering av matvarebutikkene i Norge

5.7 Serveringsbransjen drøfting

Intro
Globalisering og turisme
Store kjeder og små spesialiteter
Sushi på mandag og stekt rype på lørdag

6. Oppsummering og konklusjon

Bibliografi

Billedliste

Forord

Mat er et primærbehov. Maten presentert i måltidet med andre mennesker representerer vårt behov for sosialisering, nærhet og trygghet.

Ettersom vi her i den vestlige verden har mat nok, har mat fått en oppgave utover det å stoppe sulten og gi næring til kroppen; den har blitt en del av vår personlighet – vi posisjonerer oss gjennom vårt forhold til ulik mat og måltidsformer.

Mer enn nok mat har lagt grunnlaget for i vårt massemediasamfunn, økt konkurranse blant de som produserer varer og tjenester. Vi oversvømmes av et økende antall produkter som det kan være vanskelig å velge i mellom – og se forskjellen på mange ganger.

Hva er det da som avgjør valgene våre hvis vi ikke har erfaring, tid og kunnskap til å velge ut det vi trenger og det vi vil ha? Svaret ligger blant annet i hvordan produktene designes og markedsføres – hvilke verdier de gis.

Som visuell kommunikasjonsstudent ønsker jeg å lage et serveringskonsept og lage en identitetsdesign til dette på min praktiske del av hovedfaget. Den teoretiske vinklingen er basert på at den skal være en bevisstgjøring for meg selv om hvilken bransje jeg skal bevege meg inn i, og hvilke ulike faktorer som er med å påvirke vårt forhold til valg av mat og måltidsformer.

I bunnen av hele oppgaven ligger et engasjement og noen meninger jeg har om dette brede temaet jeg har begitt meg inn i. Dette engasjementet har vært hos meg lenge før jeg tok fatt på denne oppgaven. Jeg håper dette vil skinne i gjennom.

Til sist; er du av den typen som synes den historiske innledningen virker kjedelig å ta fatt på, kan du gå rett på hoveddelen av oppgaven. Kanskje vil du eventuelt bli fristet til å bla tilbake til historiedelen for å se noe av utgangspunktet og utviklingen til den norske matkulturen.

Personlig motivasjon og faglig relevans

Holdninger til mat er mange – men noe man kan si er helt grunnleggende, er at vi blant annet må ha nok mat/næring for å overleve. Det er ikke alle som har dette i dag, mens det burde være et overordnet mål og en plikt for verdenssamfunnet å sørge for at fordelingene av godene ble lagt til rette slik at ingen sultet ihjel.

Nå er det ikke dette jeg ønsker å belyse i min oppgave, men heller å rette fokus på Norge i dag, et rikt land med mer enn nok mat – et land med lange mattradisjoner.

Hvis jeg ser på måltidets funksjon og potensiale, begynner jeg å nærme meg det jeg er opptatt av og som har vært en del av min motivasjonsfaktor for denne oppgaven. I tillegg til mattradisjoner ønsker jeg å se på måltidets funksjoner før og nå, og litt av utviklingen innenfor dette kjempestore feltet.

Som hovedfagsstudent ved Visuell kommunikasjon på Kunsthøgskolen i Bergen blir denne oppgaven ikke bare et blikk på mat- og måltidstradisjoner basert på mitt matengasjement for temaet. Oppgaven er primært et teoretisk for-prosjekt til den praktiske oppgaven med utvikling av et serveringskonsept og profilering av dette. Kall det strategisk design, identitetsdesign. Teorien skal gi meg større kunnskap om serveringsbransjens historie, posisjon og nye retninger. For å sette dette inn i en større sammenheng, har jeg sett på hvilken rolle måltidet har hatt i- og utenfor hjemmet i et historisk tilbakeblikk og fram til i dag.

Hvordan har vårt forhold til maten og måltidet forandret seg ettersom vi har fått større tilgang på råvarer og ulike ferdige retter i butikkene?

Hvordan har “bruddet” med kjernefamilien påvirket vårt forhold til det som før ble sett på som naturlig – middagen i hjemmet på ettermiddagen som fast møtepunkt for familien?

Hvordan har nye arbeidsoppgaver med den digitale revolusjonen og internett påvirket vårt forhold til jobben, til skille mellom jobb og privatliv/fritid?

Hvordan påvirker den norske bosettingen matvarebransjen? Hvilken makt har de store matvarekonsernene på oss gjennom markedsføring av matprodukter? Det sies at det er oss forbrukere som bestemmer hva vil ha av produkter og tjenester, men er det så enkelt?

Noen mennesker er vegetarianere, noen er allergiske mot visse produkter, noen spiser ikke fisk eller grønnsaker – de vil ha “kjøtt” og ikke noen fisk som de ikke blir mette av, eller “kaninfor” som dyra kan få ha i fred..., noen bryr seg nesten ikke om hva de spiser – de spiser for å bli ferdige med det, så de kan konsentrere seg om viktigere ting, noen vil ha noe lettvint, noen litt eksotisk, noen vil imponere sine venner med hva de er opptatt av å spise, og noen har spiseforstyrrelser!

Jeg er opptatt av mat, jeg opplever noe av det mest takknemlige man kan oppnå ved å servere mennesker god mat; man får fantastisk tilbakemelding av mennesker som setter pris på god mat i godt selskap med andre venner, kollegaer eller familie. Å få maten servert gjør folk glade – å servere god mat og få skryt gjør “kokken” glad = mat gjør oss glade!

Behøver jeg å si mer? Ja, desverre - for det er altfor mye dårlig mat som tilbys i butikkene og på serveringssteder, det er altfor mange som ikke tar seg tid til å sette pris på maten sammen med andre! Det er altfor mange som ikke krever mer av butikkjedene sett utifra hva vi blir tilbudt!

Oppgaven kan leses som et selvstendig stykke teoretisk arbeid med mat presentert gjennom måltidet som hovedtema. Men oppgaven er først og fremst ment som en bevisstgjøring i vårt forhold til valget vi foretar av måltidsform og hva slags mat vi spiser. Denne kunnskapen blir viktig når man skal posisjonere et serveringssted i en bransje som er kjent for mange døgnfluer og mange like produkter.

Som matglad og visuell kommunikatør ønsker jeg med kunnskap fra denne oppgaven å lage et godt spisekonsept, og gi det en identitetsdesign som skal ta hensyn til produktet som skal selges og hvem jeg ønsker å henvende meg mot.

Bergen, mai 2000

Knut Ivar Olsen

Hypotese

Den sosiale rollen måltidet tidligere hadde i familien, blir mer og mer tatt over av utesteder

3. historisk del 3.1 Måltidet innenfor hjemmet

3.1.1 Innledning

“våre nasjonale røtter”

Vi har ikke noen stor by-tradisjon å snakke om i norsk historisk sammenheng. Vi ble selvstendig som nasjon først i 1905. Før dette hadde vi vært i union med varierende Sverige og Danmark i flere hundre år. Ikke før på 1800-tallet da Kristiania ble hovedstad i 1814, begynte byen etterhvert å ekspandere mot noe som kunne likne en stor by. Det ble bygget flere offentlige bygg, industrien vokste, det var stor tilflytning av mennesker fra bygdene inn til byene. Kristiania forandret seg fra en uanselig småby preget av småhus, handelsgårder, staller og dyr som kjente innslag i bybildet, til en stor by etter tidens målestokk med 230 000 innbyggere. (Hjemme i Norge) Før den industrielle revolusjonen som i Norge tidfestes til rundt 1850, levde 9 av 10 nordmenn av jordbruk, og det blir det mest naturlig å snakke om bondesamfunnet når man skal snakke om typiske norske tradisjoner.

Da er det også på sin plass å sette noen tidsrammer for det historiske tilbakeblikket: 17-1800-tallet fram til ca 1850, ser jeg på det norske bondesamfunnet og dets tradisjoner og historie. Hele 1800-tallet med den industrielle revolusjonens betydning blir utgangspunktet for å se på bysamfunnene med arbeiderklassen, middelklassen og borgerskapets historie.

Hva blir måltidets plass i slike ulike sosiale lag og landsdeler?

Har selve den sosiale funksjonen større betydning i et fattig og enkelt bondemåltid enn i et måltid inntatt i en by av en borgerskapsfamilie med god råd og større tilgjengelighet av spennende eksotiske råvarer?

Har familiens midler noen avgjørende rolle på opplevelsen av måltidet? Eller blir hele problemstillingen om måltidets kvalitative sider rett og slett provoserende å stille i sammenligningen av ulike sosiale grupper i samfunnet, hvor mange døde av sult og feilernæring?

Jeg trekker ingen slutninger eller kommer med noen helhetlige svar - den historiske biten er først og fremst for å sette dagens mat -og måltidstradisjoner inn i et historisk perspektiv.

3.1.2 Bondesamfunnet

Det var en gang

Norge var et bonde og fiskerisamfunn der vi var selvberget med det naturen kunne gi oss. Bodde man langs kysten og var fisker, var det også veldig vanlig og ha ei ku og noen sauer. På denne måten hadde man tilgang på fisk, korn, melk, ull og kjøtt. Man var avhengig av å være selvberget når familiene bodde så spredt og var skjermet på godt og vondt utenfor bysamfunnene. Hadde man litt ekstra varer, i form av for eksempel fisk, ble dette brukt til å bytte til seg andre varer en trengte og som man ikke hadde tilgang på der man bodde. Byttehandelen og salget kunne foregå mellom bygdene og på plasser og markeder der dette ble organisert. Dette var til praktisk hjelp samtidig som det knyttet sosiale bånd.

Det var ikke alle som var selveide og selvbergede bønder, spesielt ikke på østlandet hvor landskapet lå til rette for større jordbruksenheter og hvor det fantes storbønder. På mange av de store gårdene kunne husmannsfamiliene leie en jordlapp av bonden mot å jobbe for ham på gården hans som betaling. Husmenne hadde ofte kost dekket av bonden som en del av lønnen. Husmannsfamilien var i i praksis knyttet til gården resten av livet.

I 1865 var det 65 000 husmenn i Norge. (Hjemme i Norge) På gårdene hvor de levde “sammen” med bondens familie - representerte gården det økonomiske, sosiale og miljømessige fellesskapet som knyttet familien og hjemmet til hverandre. Båndene til slekten og gården ble rammen om livet og tradisjonsbærende mellom generasjonene. På gårdene utspant alle faser av livet seg; fra fødsel til død.

“Gi oss i dag vårt daglige brød”

Arbeidsdagene på en gård var lange og de fulgte årstidene. Man kan si folk stod opp med sola og la seg med den om kvelden - dagene hadde dermed forskjellig lengde med årstidenes skiftende lysforhold. Noe så praktisk som naturlig arbeidslys fra sola avgjorde arbeidsrytmen. Mange hadde heller ikke råd til å bruke parafin og oljelamper innendørs. Støpte lys var noe som hørte til -og som man kostet på seg kun til Jul. (Hjemme i Norge) Arbeidet kunne bre seg langt utover selve gården til skogsarbeid, fiske og seterarbeid. Det gjaldt å utnytte dagene og årstidenes egenskaper og muligheter godt. Skogsarbeid og fiske gjerne på vintrene og seterarbeid på somrene mellom onnene. Ferie og fritid var ikke noe som eksisterte slik vi er vant med i dag. Det var ikke noe klart skille mellom arbeid og fritid - det var kun et klart skille mellom arbeid og hvile. Det

var alltid arbeidsoppgaver som måtte gjøres, men søndagen var hviledag med klare regler for hva som sømnet seg å gjøre. Julen var også en lang periode med hvile.

Våren og de tidlige høstmånedene var de travleste. Da skulle såing, dyrking og innhøsting av fôr og mat sørge for at dyr og mennesker klarte seg gjennom vinteren. Håndarbeid og stell av verktøy og gård ble gjort mellom onnene og når det ellers var tid. Flatbrød skulle bakes, kjøtt og fisk skulle saltes, rakes, røkes og spekes. Maten måtte tåle lagring over lang tid. Dette var kunnskap som var helt avgjørende for livsgrunnlaget. Alle var avhengig av hverandres arbeidsinnsats og bidrag til fellesskapet – det fantes ikke noen

organisert fattigkasse for de som ikke klarte seg på egenhånd.

Balansegangen mellom hva naturen kunne gi fra år til år avgjorde om familien ville klare seg. Da er det kanskje ikke så rart at hedensk tro og ritualer preget mange avgjørelser, skikker og hvordan menneskene oppfattet ulike situasjoner som for eksempel en god eller dårlig avling et år. Dette ble blandet med kristne ritualer i forbindelse med høytidene og til gjøremål som ellers hørte til arbeidsoppgavene året i gjennom på plassen der man levde. Uår kunne ta livet

av mange mennesker som levde helt i grenseland av hva man kunne klare å livnære seg på av mat, i forhold til hva de hadde av matlagre for vinteren. I 1773, etter flere uår, døde det 17000 flere mennesker enn det ble født barn i Norge (Om kostholdet i Norge).

arbeidsfellesskapet og måltidets plass

Livet på en bondegård - om den var liten eller stor, var det å arbeide seks dager i uken, fra tidlig morgen til kvelden - året i gjennom. I et slikt liv fikk arbeid, måltid og hvile en sentral og spesiell plass; det var hovedpunktene i tilværelsen. Måltidene var de naturlige pausene som delte opp arbeidsdagen. Mye av arbeidet var fysisk tungt og det var viktig med regelmessige inntak av føde. Dagen ble som oftest inndelt i 5 måltider, lokale varianter var det, men denne inndelingen gikk ofte igjen mange steder i Norge. Kostholdet var veldig ensidig og enkelt med kun litt ekstra i helgene og ved høytider. (dette kan det leses mer om under kapittel III 3 Mat og drikke i sosial kontekst 3.3.1. Måltider fra vugge til grav) Kl. 5 om morgenen var det åbit, kl. 6-7 var det frukost, kl.10 dugurd, non kl. 3 og kveldsmat kl 8 om kvelden. Det var ikke noen duk, glass



ill.1. kystbønder på Vestlandet tar opp poteter.

eller tallerkner på bondebordet. Man spiste rett fra gryta eller en egnet bolle. Som tallerken kunne man bruke flatbrød og lefsebiter. Ellers hadde man gjerne sin egen tollekniv og en treskje som spiseredskap.

Etterhvert som det utover på 1700-tallet ble et skarpere skille mellom husbonden og tjenestefolket, kunne måltidene foregå ved forskjellige bord i ulike rom. Tjenestefolket på kjøkkenet og husbondfolket i stua. Flere bordsettinger kunne også være en mulighet for ikke å blande folk fra ulike samfunnsjikt rundt samme bord samtidig. Ulike kulturer og samfunn har opp gjennom tidene markert skiller mellom sjiktene innenfor den enkelte kultur og mellom de ulike samfunnsklassene. Her kunne rammen rundt det primære behovet for mat som måltidet stod for, være virkemidler for å fortelle hvilken plass du hadde i systemet.

Arbeidsfordelingen mellom kjønnene

Kjønnsrollene i bondesamfunnet var klart definerte, det var ingen tvil om arbeidsfordelingen for hva som var kvinne -eller



ill.2 hele familien i arbeid. Kvinnene lagde klær til familien og stricketøyet var i hendene ved enhver anledning.

mannsarbeid. Hvis kvinnen ikke kunne gjøre alle arbeidsoppgavene sine fordi hun lå i barselseng, ble det heller hentet hjelp hos nabokvinner enn at mannen gjorde hennes arbeid (Hjemme i Norge). Kvinnene var først oppe og sist i seng. De måtte utnytte enhver stund til ulike gjøremål. Kvinnene stod for all matlagingen og sørget for en rolig samlingstund rundt bordet (NORSK MAT). Mennene fikk hvilepauser etter måltidene, mens dette var helt uaktuelt

for kvinnene (Hjemme i Norge). I den grad kjønnsrollemønstrene ble brutt, var det når kvinnene hjalp til med typisk mannsarbeid. Når mannen var på fiske eller skogsarbeid måtte kone og barn ta seg av hele gårdsdriftens arbeidsoppgaver.

Dobbeltarbeidende kvinner har eksistert til alle tider.

Bondemeny

Menyen rundt om i landet varierte fra landsdel til landsdel. Den lokale råvaretilgangen var avgjørende for kostholdet og matkulturen. Kostholdet var da naturlig forskjellig på innlandet sammenlignet med de som bodde ved kysten. Ressursene familien hadde til rådighet i form av dyrket mark, jordkvalitet og antall dyr de eide, var selvfølgelig også viktige faktorer for matgrunnlaget. I tillegg spilte familiens -og grendas/landsdelens tradisjon for

tilbredning av råvarer en stor rolle for hva -og hvordan maten ble servert. Bare en praktisk ting som hvordan råvarene skulle konserveres, fikk stor betydning på kostholdet og smaksopplevelsen av maten.

Mat på lager og stabbur var en nødvendighet for å komme seg igjennom vinteren, men det var også et mål på velstand; antall skinker og kasser med korn fortalte noe om gårdens stand. Men for de fleste var dette en uaktuell problemstilling da mange hadde knapt med mat.

Kostholdet i bygde-Norge kan enkelt beskrives slik: grøt av ulike slag - rømmegrøt til større anledninger som bryllup og Jul, flatbrød som ble bakt en eller to ganger i året skulle rekke for hele familien året i gjennom. Kjøtt ble saltet og tørket på høsten i forbindelse med slaktingen, det ble blant annet laget pølser og blodmat. Skinkene skulle gjerne tørke mange år for da ble de mye drøyere i bruk. Men resultatet av dette kunne være at det ble så tørt og flisete at “det kjende ut som man tygde trefliser”, står det i en gjengitt beretning i Om kostholdet i Norge. Fisk ble også saltet og tørket og det ble mye spist som rakfisk og lutefisk. Av melkevarer ble det kjernet smør, laget ulike oster som gammelost, pultost og søtost. Melk ble drukket som skummetmelk, søtmelk, kjellermelk og skjør. Erter, løype og potet er nevnt som grønnsaker som ble brukt. Av drikke nevnes skjør, en surmelksblanding som ble vannet ut. Drikken kunne stå i et trespann med en øse hvor hver enkelt kunne forsyne seg av når de kom inn. Kaffe, øl og dram ble også mye drukket. Kaffen skulle etterhvert erstatte noe av det mange så på som for mye “dramme -og øldriking”. En dram og lefsebit kunne være det første man startet dagen med. Varmt øl “sjoa øl”, skulle være godt når man jobbet ute og det var kaldt. Det ble laget ved at man varmet opp en gryte og slo ølet oppi gryta. Sjoa-navnet stammer fra lyden av det kalde ølet som ble slått i den varme gryta. Ølet skulle drikkes umiddelbart Jakt og viltkjøtt ble lite brukt til mat, men i den grad man fanget vilt, ble dette ofte brukt til byttehandel og salg, står det i NORSK MAT.

Ellers var det en rekke råvarer som fantes i naturen som ikke ble brukt og utnyttet, dels fordi man kunne mangle kunnskap om råvarenes bruk, men også råvarers manglende status. Det å prøve å kopiere matvaner fra byene og finere strøk, kunne ha større påvirkning på kostholdet enn økonomiske og ernæringsmessige hensyn. Sopp var for eksempel noe som dyrene spiste – og ikke mennesker. Drømmen om en bedre og “finere” tilværelse kunne gjøre seg utslag i matvaner. Dette gjaldt i alle samfunnslag som ønsket å kopiere vaner fra de sosiale lagene man ønsket å strekke seg mot og identifiseres med. Enkelte i landet kritiserte nordmenns høye forbruk av “luksusvarer” som sukker og kaffe. Disse var både dyre og helsemessige farlige i for store doser.

Gjестfrihet og raushet

Om det var trange tider for mange var det likevel skikk å servere mat til gjester som kom på besøk - om de kom anmeldt eller ikke. Ingen skulle behøve å gå sultne derifra. Man hadde gjerne en ekstra kurv med mat til slike anledninger. Det var en skam og ikke kunne servere noe til gjestene. Fra Håvamål kan man kanskje lese litt av forklaringen:

“Ild trenger den

som inn er kommet

og er kald om knærne,-

mat og klær

den mannen trenger

som over fjellet har faret.”

Kanskje noen ord til ettertanke for dagens utvikling hvor den matrielle velstanden er større enn noen gang, men hvor vi sjelden drar på uanmeldte besøk til hverandre. Og hvor vi i mindre grad bruker våre velutstyrte hjem for sosialisering med familie og venner

Impulser og påvirkning

Utviklingen innen kostholdet var avhengig av hvor man bodde og hvilken kontakt eventuelt grenda hadde med omgivelser rundt seg. Nye og mer eksotiske produkter kom først til plasser og byer hvor det var aktiv handelsvirksomhet. Bodde man ved skystasjoner og ved byer og plasser for handel, var det lettere å bli påvirket av nye impulser. Man kunne også høre om nye retter og råvarer gjennom personer som hadde vært ute og reist, som for eksempel handelsmenn, prester og embedsmenn. Men det var samtidig også en sterk respekt for skikk og tradisjoner som rådet i bygda (Hjemme i Norge). Man skulle ikke bryte tradisjoner og skille seg ut selv om kjøttet ble tørt som trefliser og det absolutt ville smakt bedre noen år før. Ønske om å holde på tradisjoner står fortsatt sterkere i bygde-Norge, enn i norske byer hvor flerkulturelle verdier og et større ønske om modernisering står sterkere.

Matens betydning

Maten var som tidligere nevnt i kapittelet, det naturlige avbrekket i lange harde og fysiske arbeidsdager. Måltidet minnet også menneskene på hvor sårbare de var - de visste at hunger kunne ramme hardt og nådeløst. Hvis avlinger eller fiske slo feil - kunne dette bety underernæring, sykdom og død for familien. Menneskene takket Gud for hva han hadde skjenket dem.

Maten hadde også stor betydning i ulike sosiale treff hvor den representerte en større overflod og hygge enn hva hverdagene hadde; brylluper og Jula stod for blant annet dette. Da skulle bordene bugne av det beste man hadde å tilby, det skulle være noe man så fram til. Mengder er relativt, men det skulle bugne i forhold til det mer sparsommelige og ensformige som preget kostholdet i hverdagen. Men måltidet var også den stunden som minnet deg på din sosiale rang i samfunnet i forhold til hvor du ble plassert ved bordet, ved hvilket bord og til hvilken bordsetting.

Fraflytting fra bygdene og overgang til markedsøkonomi



ill.3 familien pakker sammen eiendelene sine for å reise til byen eller Amerika.

produserte ikke lenger bare til eget bruk, men man produserte i større grad for salg til byene slik at man selv kunne betale for det man trengte.

Fraflyttingen fra bygdene skjedde i økende grad med en teknologiutvikling og den industrielle revolusjonens utvikling i bysamfunnene og på bygdene. Nye arbeidsplasser i byen lokket folk fra bygdene. Vi fikk en massefraflytning fra bygdene til byene. Nye redskaper og verktøy som kom gjorde mange overflødige i landbruksarbeidet. Bøndene gikk i større grad over til markedsøkonomi hvor arbeidshjelp ble betalt med penger, varer ble solgt og ikke brukt til byttehandel av andre varer i samme grad som før. Bøndene måtte også tilpasse seg hva et marked ønsket av varer - man

3.1.3 Arbeiderklassen

Framveksten av byene

Den industrielle revolusjon på midten av 1800-tallet, markerer det største skillet mellom by - og bygd, både fysisk og symbolsk. Nye arbeidsplasser ble skapt og gamle gikk tapt. Bosetningen ble mye mer samlet i - og i nærheten av byene, hvor viktige fabrikker lå.

Framveksten av industri fikk stor betydning på hele verdenssamfunnets struktur og tradisjon. Hele Europa var preget av en utviklingsoptimisme og en tro på teknologiens utrolige muligheter. Men gamle arbeidsplasser i byene gikk også tapt. Oppgaver en rekke håndtverksfag hadde utført tidligere kunne ikke konkurrere med masseproduserte produkter fra de nye fabrikkene. Den lille industrien som hadde vært i Norge før, hadde stort sett produsert og behandlet halvfabrikata til eksport. Trelast, fisk, glass og metaller var råvarer som ble eksportert i den gamle norske industrien (Det moderne gjennombruddet i bondesamfunnet). Den lille produksjonen som fantes av verktøy og maskiner var det smeder og håndverkere som hadde stått for.



ill.4 Gråbeinsbygning fra Grüneløkka.

Men med fabrikker, økt økonomisk vekst, stor tilflytning av mennesker - ble også mange nye arbeidsplasser skapt i masseproduksjonen. Det ble en tid bestående av store kontraster og motsetninger med konflikter mellom tradisjon og forandring, hånd og maskin, mann og kvinne - og ikke minst mellom fattig og rik. Klasseskillene kom klarere fram i et stort og mangfoldig bysamfunn.

Det var en fordobling av befolkning i Norge til 1,5 millioner mennesker fra 1800 til 1850. Samtidig begynte den første utvandringen til Amerika. I 1825 reiste 50 mennesker til Amerika med båt fra Stavanger. I 1920 hadde 800 000 nordmenn dratt over, de aller fleste til Amerika (Hjemme i Norge). Mange flyttet også til Nord-Norge. Store deler av bosetningen vi ser er et resultat av innflytting fra denne tiden.

Arbeiderens skjebne

I byene var det det du tjente i penger på din jobb som avgjorde hva du hadde å leve for. De sosiale klassene avgjorde i stor grad ens skjebne om man hadde råd til noen utdanning, hvilke jobber man

kunne ta og hvem man kunne omgås og gifte seg med. På bygda var det også ulike klasser og forskjeller med mange av de samme forholdene å ta hensyn til, men alle måtte jobbe og bidra i sitt arbeide med jordbruket for å sikre mat til alle innenfor sin familie. Hadde man mat og tak over hodet, så var det primære sikret. Hvis det var hva du kunne høste av naturen i kombinasjon av en sterk gudstro, så var kanskje livets skjebne lettere å akseptere enn når man jobbet på fabrikk til en luselønn som man ikke kunne fø sine barn med?

Også råvarer som lønn

Den kraftige oppblomstringen av arbeidsplasser og tilflytning til Christiania i det forrige århundre resulterte i en stor byggeaktivitet. Mange kjente offisielle bygg ble bygget, men også boliger for arbeiderklasse, middelklasse og overklasse (borgerskap). Med en voksende by var det mange nyinnflyttede som trengte et sted å bo. Ved mange fabrikker bygget flere av fabrikkene egne boliger for arbeiderne. Deler av lønna for arbeiderne her kunne være kull, ved, fisk og korn (som arbeiderne selv måtte male) (Arbeidermiljø). Under perioder hvor det ikke var aktivitet på for eksempel et sagbruk, fikk arbeiderne krite disse livsnødvendige

ill.5 Kroppsvask i stua



råvarene i den perioden de ikke jobbet på fabrikk. Dette ble trukket fra på lønna om somrene. Lønna til sesongarbeidere var gjennom denne ordningen ikke helt tilpasset den nye rene markedøkonomien. .

Et rom og halvt kjøkken

Forskjellen mellom fattig og rik ble også gjenspeilet i boforholdene. På mange av de store "gråbeinsbygningene" like ved fabrikkene, bodde de hele familier på et rom og kjøkken. Mange av disse gårdene holdt en elendig standard og kunne sees på som rene boligspesulasjoner. Det var mye sykdom, underernæring og høy barnedødlighet under slike boforhold - Tyfusen herjet i mange perioder (Arbeidermiljø). En leiegård fra 1880-årene med 124 leiligheter, kunne romme 2000 mennesker, står det i Hjemme i Norge. Kjøkkenet kunne bestå av en ovn, en benk og en utslagsvask. Hver husstand måtte kjøpe eller skaffe ved til oppvarming og matlaging. Selv om kjøkkenet var enkelt, var også det trivligste rommet fordi det var det varmeste. Her ble det laget mat, kroppsvask ble gjort med balje og vann på en krakk, og noen

hadde kjøkkenet som soverom.

Det var trangt i husene og naturlig nok ble det da liten plass for å lagre mat slik som man gjorde på bygdene med et selvforsynt naturhushold. Som arbeider ble selvforsyning og bytthandel skiftet ut i stor grad med lønnet arbeid og utbetaling i penger som ble brukt til de daglige innkjøp av hovedsaklig mat til familien. (Hjemme i Norge) De som bodde slik at de hadde tilgang på en jordflekk, kunne dyrke poteter og andre grønnsaker. (Arbeidermiljø) Folk i byene gjorde også avtaler med folk i utkanten av byen for å leie en jordlapp og kanskje avle opp en gris til slakting.



ill.6 Mor og barna poserer i finstua.

I motsetning til idag hvor hjemmet er rikt velutstyrt og hvor det er et sted hvor vi kan trekke oss tilbake til våre private liv, hadde ikke arbeiderklassen på samme måte denne muligheten (Hjemme i Norge). Å bo så tett ga små eller nesten ingen mulighet til helt å trekke seg tilbake fra familiefellesskapet innenfor hjemmet. Men samtidig må det også ha gitt en trygghet og nærhet innenfor dette intime fellesskapet. Hvis

man bodde i en toværelses leilighet, ble gjerne det ene rommet innredet som finstue, eller det kunne leies ut. Hvis det ikke ble leid ut, så ble værelset helst bare brukt på søndager, ved besøk og spesielle anledninger. Kjøkkenet og det andre rommet ble brukt til oppholdsrom, arbeidsrom og soverom. Møblene var gjerne stilmessig inspirert av klassiske møbler med "fine" detaljer som skulle gi assosisjoner til et mer "møblert" og "dannet" hjem. Om det var aldri så trangt økonomisk, prøvde mange å møblere en stue som kunne ta vare på drømmer om en bedre ventende hverdag. Dette hadde ikke noe med fornuft å gjøre, rommet som bare ble brukt en gang i uka skulle vitne om overflod som ikke preget livet ellers (Hjemme i Norge).

Ernæringsspørsmål og synet på kvinnen

Kvinnens oppgaver var å pleie sine barn, mann og hjem, enten det var i byen eller på landsbygda, og uansett hvilket nedre sosialt sjikt hun kom fra. (Hjemme i Norge) Hun skulle lage mat til alle og stå for innkjøp innenfor ofte trange og usikre budsjetter. Hun skulle sørge for klær til alle og holde hus og klær rent. I det borgerlige hjemmet var kjønnsrollene også veldig klare, men når det gjaldt det daglige tunge husarbeidet og omsorg for barna, hadde den gifte kvinnen flere tjenestefolk til å gjøre mange av disse oppgavene.

I en folkeopplysningsånd prøvde man å høyne folks bevissthet innenfor husholdningen. Det kom kokebøker og lærebøker om hvordan å stelle hjemmen. Eilert Sundt, en kjent samtidsforsker og opplyser, reiste landet rundt for å dokumentere folks levemåte, sosiale liv, boskikk og byggeskikk, helse og og renslighet, også deres "sædlighet". Han skulle bli en av bondesamfunnets forsvarere i en rekke debatter som dukket opp utover 1800-tallet. En kokebok skrevet av Hanna Winsnes som var prestekone og forfatter, var en viktig ernæringseksperter og folkeopplyser. Men hun bodde under forhold og med tilgang på råvarer som mange andre ikke hadde. Hun bodde på en stor prestegård med jenter i lære på kjøkkenet. Hun drev på somrene et slags "turisthotell", som selvfølgelig ga henne mulighet til å lage retter som mange andre bare kunne drømme om. Da hun kom ut med en av sine tidligste kokebøker, ble hun kritisert i en anmeldelse gjort av Arne Garborg. Han skriver "...der vades i æg, sukker og smør. Lader og kældere er fulde, man tager... og tager... og tager og plages ike av spørgsmaalet om hvor man tager det fra. Thi verden er iorden." (Hjemme i Norge)

Mange debatter på 1800-tallet, gikk i synet på bondesamfunnets kosthold og kvinnenes ernæringskunnskaper. Sundt og flere andre hadde samlet inn informasjon rundt om bøndernes levesett og kosthold. Legevitenskapen holdt foredrag om deres bekymring over det norske kostholdet i bygde-Norge. Kostholdsdebatten, som er en historie i seg selv, toppet seg under den store "grøtstriden", da P. Chr. Asbjørnsen med flere, påsto at norske kvinner ikke kunne koke grøten skikkelig – det vil si, at den ble kokt slik at kroppen ikke var i stand til å ta opp næringen av den. Sundt var uenig i denne ensidige kritikken av bondesamfunnets tradisjoner. Vitenskapsmennene hadde ikke kunnskap og forståelse nok for bondestandens mangeårige tradisjoner.

Det hadde blitt skrevet mange kokebøker som hadde til hensikt å gjøre kvinnene til bedre husmødre og matlagere. Det ble foreslått at kvinnene måtte skoles for å øke sine "nødvendige" kunnskaper om blant annet ernæringsspørsmål. Forløperen til egne Husmorsskoler ble lagt under disse debattene. (Ganens makt) Notaker påpeker at når kvinnene skulle skoles til deres yrke i arbeid med husholdningen, ble også kvinnene ytterligere satt i bås over hvor deres plass i samfunnet var. Andre mente i tiden da debatten foregikk, at kvinnenes arbeid ble på denne måten tatt på alvor ved at noen mente at de skulle ha en ordentlig utdanning for å gjøre denne viktige jobben. (Ganens makt)

Eventyrsamler og kokebokforfatter P. Chr. Asbjørnsen hadde større sans for det franske kjøkkenets tradisjoner hvor maten og kokken hadde en helt annen posisjon og viktighet i menneskenes liv.

Han mente disse hadde større kunnskap om ernæringsverdien i matvarene enn hva kunnskapen var blant de norske kvinnene og de kvinnelige kokebokforfattere. Han representerte her sitt -og tidens syn på kvinnene som husmødre, og fremhevet det franske kjøkken med sine mannlige stjernekokker i spissen som en helt annen matkultur.

Kokebøker var noe kvinner pleide å skrive, og det vakte en del reaksjoner da det ble oppdaget at vitenskapsmannen Asbjørnsen hadde syslet med en så enkel sak. Han hadde gitt ut kokeboka "Fornuftig Madstell" under pseudonym.

Hanna Winsnes skulle i likhet med flere andre forfattere i løpet av 1800-tallet utgi kokebøker som tok utgangspunkt i mennesker med en dårligere økonomi enn hva de første bøkene henvendte seg til. Dette var resultater av at de hadde fått større kjennskap om folks levestandard. Oppskrifter tok utgangspunkt i billigere råvarer enn tidligere. Det kom også flere kokebøker for den raskt voksende middelklassen. De ville gjerne kopiere en del av borgerskapets bruk av mat i overdådige måltidssettinger for å posisjonere sin makt.

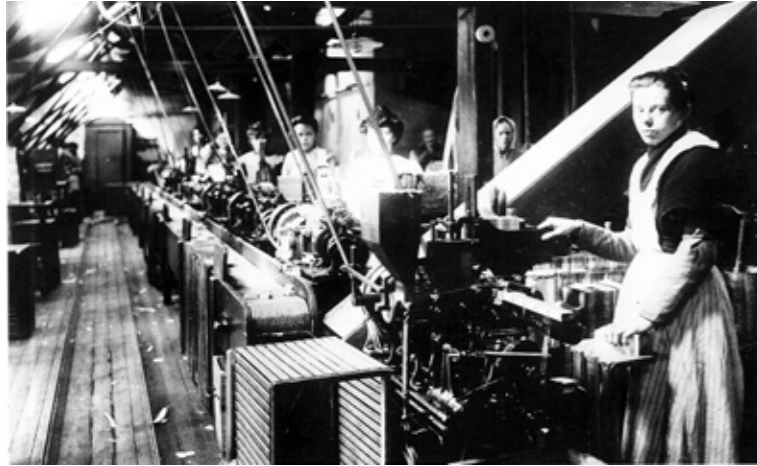
Arbeidernes kosthold

Dokumentasjon over kostholdet til vanlige arbeidsfolk i byer og tettsteder, langt tynnere enn om tradisjonsrik bondekost eller ekstravagant borgerskapsmiddager. Den vanlige arbeidermaten fattet ikke samme grad interesse hos utenlandske reisende eller norske samtidsforfattere. For å få en viss pekepinn på matretter som må ha vært vanlige, peker Henry Notaker i sin bok Ganens makt, på ulike instutisjoner som oppsto i bysamfunnene.

Fattigdom var et synlig problem i byene som samfunnet etterhvert måtte gjøre noe med. Det ble opprettet egne stiftelser for syke, fattige og foreldreløse barn. Fra disse instutisjonene finnes det protokoller over hva som ble spist og på noen av stedene til og med hva som helst skulle spises i løpet av en uke. Man antar at dette samsvarer med det som var ganske vanlig kosthold for arbeidere. Kål, erter, poteter, grøt, velling, suppe, flatbrød, (etterhvert mer rugbrød da det ble mer vanlig med gjærdeiger som ble stekt i ovner) noe kjøtt og fisk er råvarer og matretter som går igjen. Men en middag som skulle inneholde fisk, kunne ganske enkelt bare bestå av kraften som oppstod etter at fisk hadde blitt kokt i vann. Potet eller flatbrød kunne duppes oppi dette. Maten kunne på papiret høres bedre ut enn hva realitetene var. Dikteren Andreas Munch (onkel av Edvard Munch) skildrer sitt møte med fattige barn fra et barnehjem i Oslo, det Ancherske Weysenhus: "Jeg ble god venn med de fattige barn og forsmådde ikke å delta i deres tarvelige morgenkost når jeg kom så tidlig at denne ennå ikke var utdelt. Til

gjengjeld bevertet jeg dem så med de lekreste smørbrød jeg hadde med hjemmefra” (Ganens makt).

Fattigdom, sult, feilernæring og ensidig kosthold rammet naturlig nok hardest barna. Barnarbeid var stort utbredt og Stortinget kom ikke med noen lov mot barnarbeid under 12 år (!) før så sent som i 1892. Fra et referat i fattigkommisjonen i 1857 forteller en enke med



ill.7 Kvinnelige arbeidere på fabrikk på 1800-tallet.

tre barn at hun måtte sende det eldste barnet i arbeid. Datteren med en svak legemsbygning måtte jobbe uavbrutt i fabrikk slik at hun ikke fikk tid til å spise maten hun hadde fått med seg hjemmefra (Ganens makt). Under slike arbeidsforhold som var vanlig i industrien, stod maten og måltidet langt unna en funksjon som å dele opp arbeidsdagen i en rytme som inkluderte sosialisering, hvile og næringsinntak.

I tillegg til fabrikkjobber var tjenestestillinger hjemme hos familier veldig vanlig. Selv folk fra middelklassen som ikke alle hadde like god råd, tok seg råd til tjenstepiker. Det tjenstepikene tjente var med andre ord ikke mye! Lønnen for slike tjenestestillinger var forferdelig dårlig, og boforhold, privatliv og kosthold ble det ofte spart på i hjem hvor husets familie selv kunne meske seg i luksus og overdådighet (Ganens makt).

Kunnskap er makt

Arbeiderklassen eide ikke sin egen arbeidsplass - de leide ut sin egen kropp som arbeidskraft og fikk utbetalt lønn for dette fra arbeidsgiveren og eieren av arbeidsplassen. Mange arbeidere ble grovt utnyttet og dette skapte store demonstrasjoner på slutten av 1800-tallet. Fagforeninger og politiske partier ble dannet og arbeiderne ble mer bevisst det urettferdige systemet og de mange uverdige og farlige arbeidsplassene de jobbet på. Samfunnet ble mer organisert og flere ble gjort oppmerksomme på sine rettigheter. Gjennom den obligatoriske folkeskolen lærte alle å lese og skrive, noe som førte til større bevissthet blant flere mennesker i ulike samfunnsklasser. Folk fra sosiale lag som tradisjonelt hadde liten mulighet til utdanning, kunne få seg jobber som ga de mulighet til å klatre opp på den sosiale rangstigen.

3.1.4 Borgerskapet

Også middelklasse i byene

Det fantes både en middelklasse og et borgerskap i byene på 1800-tallet. Middelklassen vokste mest utover århundret og inn på 1900-tallet, og den har påvirket Norge mest som nasjon og de er fortsatt i flertall. Deres forbruk og smak skulle dominere og forme utviklingen av samfunnet og den norske hjemmekulturen, står det i boka *Hjemme i Norge*. Middelklassen kunne bestå av lønnede arbeidere, men da med en eller annen utdanning eller læretid i for eksempel et håndtverksfag. Det var ikke en fabrikkjobb som man nesten uten opplæring kunne klare å gjøre. Middelklassen inkluderte også småkjøpmenn, handelsmenn og skippere. Funksjonærer og andre raskt voksende yrker var også innenfor denne sosiale gruppen. Men ved å forenkle inndelingene av de ulike samfunnsgruppene, har jeg polarisert og generalisert de ulike gruppene innenfor kapittelet slik at det skal være litt enklere å se forskjellene innenfor denne korte presentasjonen. Jeg har valgt i hovedsak å se bort fra noen nevneverdige ytterligere innblikk på middelklassen.

Borgerskapet var i klart mindretall antallmessig i Norge, men de hadde makt og satt som eiere av de største arbeidsplassene. De besatte embedsstillinger som ga innflytelse og prestisje. Borgerskapet og middelklassen var arbeidsgiverne til arbeiderklassen. Mens arbeiderklassen bosatte seg i store gårder i nærheten av fabrikkene som i Kristiania lå i øst, mange langs Akerselva - bosatte borgerskapet seg i byenes nye villastrøk, litt utenfor de røyklagte og forurensede strøkene. De kunne også bo i store velstelte leigårder på byens vestkant. Her bodde mange i store leiligheter med tjenstepiker og kokker. Kvinnen i huset hadde i likhet med sine medsøstre i andre sosiale lag, hovedansvaret for husholdningen, men hun kunne sette de tyngste jobbene til tjenestefolket.

Kvinnene i borgerskapets ekteskap

På bygdene var det som nevnt tidligere en klar kjønnsrollefordeling av ansvar og arbeidsoppgaver. Og det var som oftest kvinnen som måtte ta i et ekstra tak. I dette samfunnet var alle veldig avhengig av hverandre. Døde kona, så giftet mannen seg på nytt for at hus og barna skulle bli tatt var på. Det samme gjaldt for kona hvis hun ble enke. Med andre ord; alle måtte bidra på sin måte for at familien fysisk skulle klare seg.

I et ekteskap fra borgerskapet ble ekteskapet mer en "sosial karriere" som ga kvinnen en del trygghet og holdepunkt i tilværelsen. (Hjemme i Norge) Hun hadde sine oppgaver innenfor hjemmet og husholdningen, men veldig mange av disse var veldig styrt av tidens skikk og bruk. Hun skulle være den "ømme, myke og selvoppofrende kvinnen" som sørget for at hjemmet ble et sted hvor barna var harmoniske. Et sted hvor mannen kunne komme hjem og hvile ut etter harde tak ute i konkurransesamfunnet utenfor

husets trygge vegger. (Hjemme i Norge) Hustruen ble omtalt som et speilbilde av ektemannen sin; "Fru Grosserer, fru banksjef" Hun kunne i mange tilfeller bli som "Nora" i Henrik Ibsens "Et dukkehjem", - en dukke til pynt, før hun eventuelt protesterte mot holdningene i samfunnet?

Det var et mannsdominert samfunn hvor det var svært få som høylydt og offentlig tok til orde for å rette på misforholdet mellom kjønnene.

Mens mannen skulle interessere seg for

de store viktige politiske samfunnsproblemer, skulle kvinnene være opptatt av langt mer yndige og ufarlige problemstillinger. Hennes interesser som det var skikk og bruk for hva som sømnet seg, måtte ikke gå over fra den ufarlige, litt naive hobbyentusiastens interesse for emnet. Kvinnene kunne gjerne male eller spille "litt", men ikke ha ambisjoner om noen karriere utover det å spille litt i intime private lag med familie og eventuelt venner og foretningsforbindelser tilstede som publikum.

Forskjeller mellom by og bygd

Den danske teologen Pontoppidan var biskop i Bergen fra 1747-54. I denne perioden skrev han sitt berømte verk "Det første Forsøg på Norges Naturlige Historie" (Ganens makt). Han skriver i kapitlet om kostholdet i Norge at bøndernes kosthold er forskjellig fra de som bor i byer og ved handelssteder. Bønderne holdt i større grad på sin eldgamle levemåte, mens bymannen lot seg mer påvirke av utenlandske impulser som byen fikk. Kanskje ingen overaskende observasjon at det var forskjeller mellom by og bygd. Forskjeller finnes det i stor grad også i dag - globaliseringen og informasjonssamfunnet påvirker ikke i samme grad samfunn på små plasser og ut til bygdene, slik det gjør i byene

De med nok penger på 17-1800-tallet kunne benytte seg av det tilbudet som byene kunne tilby gjennom sin handel med utlandet.



ill.8 Det borgerlige ekteparet poserer i en av sine stuer.

Sammenlignet med hva som var tilgjengelig av råvarer hos en selvberget bondefamilie var utvalget enormt i byene for dem med penger. Byfolket hadde større kontakt med internasjonale strømninger innenfor leveste og matkultur. Tilgjengeligheten av råvarer var større nedover i Europa med blant annet andre klimatiske forutsetninger. Man var ikke i samme grad avhengig av å salte og tørke mat for lange perioder slik som i bygde-Norge. Byborgerne i Norge kopierte så godt de kunne de europeiske trendene med de råvarene og viner de hadde til rådighet i by-Norge. For en fornem frue kunne morgenen fortone seg slik, illustrerer Henry Notaker med et lite sitat:

Når hun er pyntet, drikkes te,

kaffe og sjokolade,

til klokken just er elleve,

så dekkes bord og fade.

Festlige lag

I Ganens makt, har Henry Notaker trukket de festlige anledninger oftere fram enn hverdagensstundene rundt spisebordet. Når det er sagt, så finnes også beskrivelser av hverdagsmåltidene. De var enklere og de hadde gjerne to-tre gode kraftige retter til middag med vin til. En suppe, hovedrett og dessert var vanlig til hverdagsmiddagen. Det å kunne servere store mengder med vin til maten – også til hverdags, ga stor status. Nordmenn som hadde råd til det spiste og drakk i stor stil etter utenlandske impulser og av mange utenlandske varer. Antall retter som ble servert til hvert måltid, ble med årene mot 1900 stadig færre og det ble satt regler for hva som sømnet seg å servere av antall. Reglene for hvor mange retter som kunne serveres i et bondebryllup sammenlignet med et borgerlig by-bryllup, var forskjellig. Vi kan her ane rester av systemer fra det gamle føydalsamfunnet hvor dette resulterte i ulike regler for de ulike samfunnslagene

Før det kom egne norske kokebøker brukte overklassen utenlandske kokebøker. Den første norske kokeboken kom i 1831. Norge var den siste nasjonen i Europa som fikk sin egen kokebok (Ganens makt) Etterhvert kom det mange norske bøker som tilpasset seg det norske markedet. Det var et voksende marked som ønsket seg en veiledning i et godt internasjonalt inspirert kjøkken. Alle hadde ikke råd til kokker med erfaring fra og kjennskap til det franske kjøkken.

Notaker siterer i sine matbøker fra mange som har beskrevet ulike måltider og matretter de er blitt servert i en rekke festlige

lag i forrige århundre. Det er dokumentasjon og anekdoter fra dagboknotater, brev, reisebrev og samtidige bøker fra århundret. Mat og drikke som beskrives vitner om en overflod som kunne munne ut i nesten rene matorgier. Det var fisk, skalldyr, vilt, kjøtt og fjærkre. Kaker, geléer, kremer og bær. Viner av alle slag - så mye gjestene måtte ønske. Vertskapet kunne imponere og briljere med utsøkt og kvalitetsbevisst smak ved å servere utenlandske retter og ha et mangfoldig vinutvalg. Menyen ga klare signaler om velstand og vertskapets overblikk over gjeldende moter ute i verden (Gastronomi).

Markering av tilhørighet til en spesifikk samfunnsgruppe gjennom forholdet til mat og drikke, er noe vi i høy grad også bruker i dag. Vi markerer vår tilhørighet til verdier og mennesker vi ønsker å identifisere oss med, fremmer vår individualitet, vår forskjell fra de andre menneskegruppene. Dette har vært viktig i lang tid

Oppsummering

Som man kan se av de ulike samfunnsklassenes bruk av mat, er mat noe som i tillegg til å være livsnødvendig, også det som markerer skille mellom hverdag og fest. Hva man har tilgjengelig av råvarer er ulikt innenfor hver samfunnsklasse. Som sagt tidligere – mengder er relativt, men forskjeller mellom kosten i hverdagene og høytidene, var viktig.

På landsbygda jobbet man sammen, spiste sammen og levde sammen året rundt. I byene var familiemedlemmene på dagtid i større grad borte fra hverandre i ulike jobber og skole. Barna var også mer adskilt fra foreldrene sine til de var “voksne” nok til å delta i de voksnes selskap. Disse forskjellene kan kanskje ha påvirket familienes forhold til sosialiseringen i måltidet?

Det er ikke lett å mene noe sikkert om forskjeller i kvalitetstid mellom de ulike samfunnsklassenes måltider for overhundre år siden. Var det hyggeligere rundt spisebordet på landsbygda sammenlignet med spisebordet i byen? Var det en større nærhet, varme og trygghet på en liten fattig gård hvor man bodde oppi hverandre døgnet rundt – året igjennom, enn hos en borgerskapsfamilie med mor som hjemmевærende og far som kom hjem til middag? Hvilken rolle får maten og sosialiseringen i måltidet når det er lite mat og måltidet representerer hvile fra et fysisk hardt arbeid? Ble maten hos borgerskapsfamilien på grunn av sin naturlige tilgjengelighet, noe man brukte for skryte av seg selv?

Det må være naturlig å anta at om det gjaldt velstående storbønder på landsbygda, eller borgerskap i byene, så må forholdet til maten ha blitt påvirket ved at de hadde sikret store mengder

av den. Har man nok, kan man velge mellom ulike type mat – ja, så meldes raskt et ønske om å markere sin identitet gjennom sine valg og prioriteringer. Mat blir fra å være en livsnødvendig vare for å overleve - et luksusprodukt for å gjøre inntrykk i ulike sammenhenger.

Det ekstraordinære måltidet representert på “festen” – på bygda eller i byen, er stunden man kan skryte av sin mat for sine gjester. Men det er jo også stunden som man forbinder med fri fra arbeid, god mat og sosialisering med mennesker som står hverandre nær. Bondebryllupet var en gedigen spleisefest hvor alle bidro med sitt for at det skulle bli nok mat til alle.

Har vi mistet noe av dette på veien fram til vårt samfunn i dag? Har maten fortsatt en rolle med å understreke forskjellen mellom de ulike sosiale sammenhengene – mellom hverdag og fest?

3.2 Måltidet utenfor hjemmet

3.2.1 Innledning

Når vi snakker om måltidets plass utenfor hjemmet i et historisk perspektiv, synes jeg det blir naturlig å se på serveringsbransjens historie og menneskers bruk av den. Tilbakeblikket retter seg mot etableringen av ulike serveringskonsepter i Europa og Norge, og primært som byfenomener.

Ved reiser som gikk over lengre tid var det hensyn man måtte ta for å sikre seg mat underveis – man kunne bringe med seg den maten man trengte, eller ta inn hos kjente og familie som kunne stå for bevertningen. Innenfor ulike kulturer og samfunn vokste det opp etterhvert en mer organisert drift av overnattings- og serveringssteder. Standaren på disse stedene var veldig varierende og henvendte seg naturlig nok til ulike samfunnslag.

Tilbakeblikket kunne helt sikkert ha vært fylligere enn det jeg har presentert, men jeg har prøvd å skissere en del trekk rundt etableringen og grunnlaget for en serveringsbransje. Tilbakeblikket skal sette bransjens utvikling og vår bruk av den i dag, i et historisk perspektiv.

3.2.2 Hoteller og vertshus

Tak over hodet

Vertshus og hoteller har en lang historie bak seg i tid og utvikling som strekker seg tilbake til samfunn lang tid før Kristus fødsel. Den primære oppgaven til “hotellet” eller “vertshuset” har vært å ta seg av reisende mennesker som trenger et sted å overnatte. Funksjonen til disse stedene har forandret seg fra bygninger som gratis kunne tilby tak over hodet for de reisende, til steder hvor man i tillegg kunne bli servert mat og de boende måtte betalte for rom og losji. Hva hoteller idag kan tilby er det nesten bare fantasi i hotellenes konsepter og økonomi som setter en grense for.

Mennesker på reiser

For å starte med reisen, så har vi mennesker alltid vært på reise og flyttefot etter mat og bomuligheter. Mange nomadefolk har fulgt dyreflokkene sin fra beitemark til beitemark. Med seg på reisene har de hatt med seg mye av det som trengtes av mat og utstyr. Storfolk i de gamle kultursamfunnene i øst og sør bragte store telt med seg på reisene sine (Et lite stykke NORGES historie). Etterhvert ble det opprettet egne hus og skysstasjoner ved ferdselsveier hvor det jevnlig var trafikk. Her kunne de reisende ta inn for natten. Reisefølgets forτρόpper kunne reise i forveien å gjøre i stand husene for det ventende viktige følget.

Men for folk flest gjaldt de samme uskrevne og skrevne reglene som i Norge; gjestevensskapet skulle sørge for at de reisende fikk mat og husly hos dem de tok inn hos. I Norge var det som tidligere nevnt i oppgaven en skam å ikke traktere gjestene. Sosiale forhold gjorde denne gjestfriheten naturlig, men med relativt liten reiseaktivitet sammenlignet med nyere tider var det også få organiserte overnattingssteder. Det ble da helt naturlig med gjestfrihet - og selskapet som de tilreisende bidro med var hyggelige avbrekk i hverdagen (Om kostholdet i Norge). Hos babylonske stormenn ble det stelt i stand drikkelag for sine tilreisende gjester. Straks de var ankommet skålte de og drakk til gudenes ære. Etter en slik velkomst var gjestene “berettiget til å ta vertskapets bolig i bruk som sin egen” (Et lite stykke NORGES historie).

Hotelllets opprinnelse

Opprinnelsen til den europeiske hotellkulturen finnes hos romernes “hospitalis”. Dette synes det å være faglig begrunnet for både bransjefaglig og etymologisk (Et lite stykke NORGES historie). Med romerrikets store ekspansjon og rikets mange forsynings- og handelsveier, var det behov for et system for bevertning og steder for overnatting. Når disse stedene gikk over til organisert drift på forretningsbasis, begynner vi å skjelle trekk fra vår egen tids overnattingssteder og hoteller. Langs ferdselsveiene kunne også klosterne tjene som “barmhjertighetens hoteller”. Prestegårdene i Norge fungerte også som steder reisende søkte ly hos. Disse tilbudene gikk med tiden over i mer forretningsmessig drift. Hanna Winsnes som var prestekone og forfatter, drev i likhet med flere andre storgårder rene “turisthoteller”. I noen hektiske sommermånedene stod mange tilreisende byfolk på gjestelista (Hjemme i Norge). Forandringene skjedde med et økende reiseliv som mote i Europa utover 17-1800-tallet.

Selve utviklingen av hotellbenevnelsen kan illustreres gjennom følgende navnutvikling: fra det latinske hospes (betød på et tidlig tidspunkt egentlig gjesterom) – til hospitum og hospitalis (egentlig gjestevennlig) og videre til internasjonale ord som hospital, hospits, hostel og endelige til det franske hôtel (Et lite stykke NORGES historie). Men benevnelsen hôtel ble på 15-1600-tallet brukt i veldig vid betydning. En stor bolig, helst for fornemt folk, kunne bruke hôtel-benevnelsen i forbindelse med dette huset. Et eksempel er Hôtel de Ville som ble navn for en bys rådhus. Først sent på 1700-tallet blir ordet hôtel trukket direkte inn som navn på kombinerte innkvarterings- og serveringssteder i større franske byer.

I reiselivshistorien har man blitt forvirret av hva som skjuler seg av forretningsmessig aktivitet bak et navn eller benevnelse av et sted. Norge fikk så sent som i 1935 som første nasjon i verden, Hotelloven. Denne satte noen definisjonslinjer med krav til næringen. I 1985, da boken "Et lite stykke NORGES historie" kom ut, fantes det ennå ikke noen klar internasjonal regel for definisjonen av et hôtel. Bak de ulike steders og tiders skiftende oppfatninger av hvilke bedriftstyper som skjuler seg bak alle betegnelsene for de reisendes stasjoner, finner vi navn som: herberge, hospits, taverna, kro, traktørsted, vertshus, gjestgiveri, logihus, pensjon, hotell. Men altså ingen regler for krav til hva stedene skal tilby i forhold til hvilken navnbenevnelse de har valgt.

Handelsstasjoner og vertshus

På skyss- og handelsstasjoner hvor fiskere og bønder byttet og solgte varer, var det på mange av disse stedene overnattingsmuligheter med blant annet alkoholserving. Dette var til stor hjelp for bønder og fiskere som hadde reist langt og som trengte overnatting de dagene handelen foregikk. Men dette kunne også få tragiske konsekvenser for mange som drakk opp alt de hadde levert varer for (Om kostholdet i Norge). Mange satte seg i gjeld til oppkjøperen, og gjelda kunne ofte øke og følge familien; sønnen overtok farens gjeld og sønnen var selv nødt til å fortsette å levere varene til den samme oppkjøperfamilien. I Bergen var det egne "Bondestuer" for langveisfarende havstriler og overlandsbønder som kom til byen for å levere bondevarer til kjøpmennene. De tilreisende ble innlosjert i rustikke "Bondestuer" som besto av etasjesenger i egne rom i bodene til oppkjøperne (Et lite stykke NORGES historie).

I byene i Norge var det vanlig fra gammelt av at skytninger, laug og gilder på kollektivt basis tok seg av vertshusfunksjoner. Det folkelige vertshus hadde gode dager. I 1684 hadde Bergen med sine godt 8000 innbyggere over 400 skjenkesteder for øl og vin - noen

også med brennevin, en drikk som var blitt kjent i landet et knapt århundre tidligere. Blant folk i høyere sosiale lag var det mer vanlig å innlosjere gjester og viktige forretningsforbindelser hjemme hos sine familier. Da dikteren Andreas Munch og hans familie flyttet til Christiansand i 1823 der faren hans skulle bli biskop, var de nødt til å innlosjere seg underveis på reisen. Det fantes ikke jernbane eller dampskip - så reisen tok naturlig lang tid. (Ganens makt) Etter å ha tatt inn hos kjente og slektninger underveis på reisen, skulle de i Arendal ta inn på en Gjestgivergård. Denne viste seg ikke å passe for en embedsfamilie og de ble tatt hånd om privat på et mer passende sted for deres stand. Gjestgiveriene og skjenkesteder kunne passe for bønder, fiskere, soldater og sjøfolk, men ikke nødvendigvis for byens kondisjonerte.

En annen mulighet for tilreisende var de mange private innlosjeringsmulighetene. Det fantes mange gjestfrie madamer som leide ut rom med kost og losji. Disse damene, som madam Bugge (nevnt i Christopher Hansteens reiseskildring fra sin berømte Norge-på-tvers-reise i 1821), var langt mer vanlige og stod for et betydelig bidrag til innlosjeringsbransjen (Et lite stykke NORGES historie).

Norske hoteltradisjoner og turismens oppblomstring

Men tilbake til steder hvor de har kalt seg hôtel. Hôtel lød litt finere og mange gjestgiverier tilføyde betegnelsen hôtel foran det gamle navnet sitt, eller ga stedet et helt nytt navn. Fransk mote stod sterkt på 1800-tallet og et berømt bergensk vertshus, "Halvkanden" med tradisjoner tilbake til 1700-tallet, skiftet navn i 1830-årene til "Hôtel du Nord". Skifte til denne nye betegnelsen behøvde ikke å bety så mye for driften. Det var få mennesker som hadde profesjonell erfaring med hotelldriften på de hotellene som vokste fram på 1800-tallet. Det var hjemmets enkelhet som preget hotelldriften. Dugelige kvinner med erfaring som husmødre stod for mye av arbeidet og organiseringen av bevertningen. Hoteller med kaféer som var tilgjengelig for byens egne folk, var i klart mindretall (Et lite stykke NORGES historie). Folk søkte til skjenkestuer og vertshus for å treffe andre og få seg noe å drikke. Byens sjikt fra høyere sosiale lag søkte oftere sammen i lukkede klubber hvor bare medlemmer hadde adgang. Kvinner var henvist til conditorier når dette kom. Et eksempel på et offentlig serveringssted for byens "honette", er lystgården på Lerkendal i Trondheim. Men den var ikke mer offentlig enn at "...der skal blive sørget for, at Ingen tilstedes Adgang uden Folk af den dannede Klasse.." (Ganens makt).

Reiseskildringer gjort av utlendinger på reise i Norge ble god reklame for Norge som reisemål. Innkvarteringsforholdene var dårlige og få, men det er ikke dette som nødvendigvis trekkes

fram i utlendingenes skildringer. Det er heller gjestfriheten og hjemmehyggen som de opplever (Et lite stykke NORGES historie). På dette tidspunktet i norsk reiselivshistorie var det nok mange av de reisende som forventet seg en annerledes og eksotiske innkvarteringsform.

En grunn til Norges få hoteller var blant annet en reservasjon mot reisevirksomheten som "turistene" representerte, og med turister mentes ikke de som reiste som individuelle oppdagere, men de

som reiste i store støyende flokker. Disse representerte "det hensiktsløse reiseriet". Det var den nye industrisamfunnets middelklasse som reiste for sin "pure fornøyles skyld". Med slike holdninger til en voksende næring, var det ikke rart at tilbudet var som det var i mange byer som tradisjonelt ikke hadde hatt så mye kontakt med omverdenen. Etterhvert som byene fikk et rikere differensiert næringsgrunnlag, større kontakt med omverdenen gjennom handel og bedre transportmuligheter, endret også holdningene til turismen seg. Den førte tross alt med seg økonomisk vekst. Den ble satset sterkere på hotellutbygging og

utbedring av kommunikasjonsmuligheter. Turismen førte penger til landet og da var det viktig at forholdene ble lagt bedre til rette (Et lite stykke NORGES historie).



ill.9 Utenlandske turistbåter i norske fjorder. Hestekjørerere står klare til å frakte turistene.

3.2.3 Serveringsbransjen i Europa

Kaffehusene i Europa

Går vi tilbake til røttene til dagens kaféer, finner vi disse i de engelske og franske kaffehus (Caféen med veggene). Engelskmennene som etterhvert skulle bli en større te-drikkende nasjon, var først ute med et profesjonelt drevet kaffehus. Andre kilder oppgir et kaffehus med navn Caffè Florian (åpnet i 1720) i Venezia som det første i Vest-Europa. Kaffen var kjent i andre land og hadde allerede en etablert kultur i arabiske land. Her er det første stadfestede kommersielle kaffehus kjent så tidlig som i 1470 i Mekka. I Konstantiopol (Istanbul) i Tyrkia ble kaffehusene kalt "De utdannedes skole". Det ble spilt sjakk, pratet, sett på dansere og diskutert forretninger. Historien sier at et slag i 1683 utenfor Wien hvor tyrkerne ble den tapende part, måtte de flykte av gårde uten masse utstyr og proviant. Kaffe var noe av det som stod igjen. Kaffefunnet skal visstnok ha lagt grunnlaget for det første spede forsøket på å starte et kaffehus i Wien. Det er visstnok litt tvil om sannheten i hele historiens fakta, men noe som er sant er at kaffehuset i Venecia fra 1720 fortsatt eksisterer den dag i dag (Kaffe, av Tom Stalsberg og Rita Endestad).

En liten kuriositet i kaffehushistorien: I 1680-årene åpner Edward Lloyd et kaffehus i Tower Street i London. Stedet ble oppkalt etter ham selv: "Lloyds Coffee House". Redere, kapteiner og forsikringsagenter møttes, utvekslet nyheter og drev forretninger. Det eneste man fikk servert var kaffe. Dette var en populær drikk, men selve trakteringen var av underordnet betydning (Caféen med veggene). Som et møtested for forretninger var det langt viktigere. Etterhvert utviklet stedet seg til å bli en nyhetssentral, der alle sider ved det offentlige liv ble diskutert. Det kunne være litterære, kunstneriske, politiske og filosofiske emner.

I dag er kaffehuset best kjent som Lloyds forsikringsselskap, et av verdens største.

Intellektuelle diskusjoner og planlegging av kriger over en kopp kaffe

På 17-1800-tallet blir kaffehusene mer og mer et møtested for byens intellektuelle - de fastboende og de med et mer midlertidig opphold i byen. Skandinaviske kunstnere og forfattere hadde for eksempel faste treffsteder i både tyske byer og i Paris. Ethvert gammelt og erverdig skjenkested med lange tradisjoner, vil skryte av sine kjente

gjester som har vært stamgjest i huset i korte eller lange perioder.

Europa fikk en sterk oppblomstring av kaffehus, og allerede i 1700 hadde London 3000 registrerte kaffehus. Men krig, nasjonalisme og politikk skulle gjøre engelskmennene til et mer te-drikkende folk. Amerikanerne boikottet teen fra England i protest med høye avgifter og i protest mot Englands ønske å ha kontroll over Amerikas handel (Gastronomi). Amerikanerne gikk mer over til kaffe som protest mot den engelsk kontrollerte tehandelen. Andre faktorer som påvirket tepriser og grunnlag for kaffedyrking, var Napoleonskrigene på slutten av 1700-tallet og begynnelsen av 1800-tallet. Krigene førte til franske blokader av engelsk skipsfart og handel (I Norge ror Terje Vigen til Danmark for å kjøpe korn til familien – blokkaden førte til kornmangler i Norge). Brasil ble et selvstendig kongerike som følge av krigene. De åpnet havnene for all verden og kaffen ble billigere. Det engang tedrikkende folket i Amerika kjøpte i 1830 fem til seks ganger så mye kaffe som te. Matvarer og handel hadde igjen blitt brukt i krig og politikk - og engelskmennene drakk "sin" te.

Kaffen gjør deg klarsynt...

Borgerne i byene i Europa hadde behov for et sosialt, intellektuelt og forretningsmessig møtested. Kaffehusene blir dermed et alternativ til hjemmene og skjenkesteder som serverte alkohol. På de tradisjonelle skjenkestedene var det ikke overvekt av forretningsmenn og intellektuelle - disse stedene var "vannhull" for de vanlige arbeiderne i lavere klasser. Kaffen representerte i likhet med sjokolade og te - eksotiske nye drikker som kun borgerskapet hadde hatt råd til å benytte seg av. Serveringen av disse motedrikkene hjemme i den borgerlige stuen selvsagt en måte å imponere sine gjester på og eksponere seg selv. Rammen rundt "sermonien" skulle være flott - kanskje det kinesiske porselenet ble brukt. Dette var vel så viktig som å nyte selve drikken. Hadde man i tillegg en liten negergutt som kunne servere, så var dette ekstra eksotisk. Negerguttene var noe sjarmerende som representerte den eksotiske varen.

Etterhvert som skatter, avgifter og priser ble redusert på kaffen, bredte også drikken seg til større deler av befolkningen. Den tok over mye av rollen som alkoholholdige drikker hadde hatt i folks hverdagsdrikke. Det var ikke bare i Norge man lenge hadde startet dagen med en dram eller et glass øl. Mange argumenterte for at kaffen var et sunnere alternativ. Men det var også krefter som ikke var tjent med all denne kaffedrikkingen. Leverandører og skjenkesteder med alkoholserving fikk sterk konkurranse av den koffeinholdige kaffen. Noen ga skylda for at kaffen skapte store

mageproblemer for folk som drakk altfor mye av dette. Noen mente at det var bedre arbeiderne drakk alkohol så de ble såpass nedsløvet at de ikke stilte for mye krav til klassen over dem. Kaffen gjorde deg våken og klarsynt og dette kunne være farlig blant den store undertrykte massen.

Fra kaffehus til Kaféer

Kaffehusene var som sagt uten noen annen form for servering. Ingenting som følge til kaffen - ingenting istedenfor kaffen. Andre former for drikke kommer inn på et langt senere tidspunkt og da er kaffehusene forvandlet til kaféer. Kaféene har fått ulike typer drikke og bespisning for gjestene. Dette blir en populær kombinasjon og dessuten går tradisjonen med nyhetsformidling og litterære debatter i arv. Kaféene profilerer seg som frie, intellektuelle institusjoner i det offentlige liv. Kaféens interiør, betjening og servering skal gi gjestene rammen for en atmosfære som skaper forventning og som gjør at gjestene slapper av fra hverdagen. Den spirituelle rammen og det spirituelle i alkoholens påvirkning skal gjøre gjestene kreative og åpne. Uten å komme med noen konkrete eksempler, er en rekke begivenheter av verdensomfattende påvirkningsomfang blitt planlagt på slike serveringssteder. Politikere, kunstnere, filosofer og kriminelle har planlagt mang en handling på et skjenkested.

En annen liten kuriositet: Den sermionelle rammen som måltidet gir, har alltid vært brukt som setting for store politiske avgjørelser. Franskmannen Talleyrand, kjent som et politisk "slangemenneske" mistet aldri sin troskap til kokekunstens idealer gjennom sin brokete og farefulle politiske karriere. Som fransk utenriksminister regnes hans karrieremessige høydepunkt under Wienerkongressen i 1814-15. Ikke bare viste han her stor diplomatisk kunst og gjenreiste Frankrikes politiske ære, han ble også berømt for sine kulinariske middager som gjenreiste Frankrikes gastronomiske ry. Samlingen rundt den gode serveringen hadde vært med å avgjøre at partene skulle bli enige (Gastronomi).

3.2.4 Serveringsbransjen i Norge

Grunnlaget for kafédrift i Norge

De fleste mennesker har behov for et sosialt fellesskap med andre mennesker. Fra vi er født er vi avhengige av et fellesskap med familien. Etterhvert kommer barnehager, venner, skoler, utdanning, jobb, sykehus og gamle hjem inn som stadier i livet - instutisjoner med et sosialt miljø.

Menneskers sosiale egenskaper er både fysiologisk og kulturelt betinget. I Norge har vi ikke hatt den samme, eller i det hele tatt liknende tradisjon, som mennesker i mange andre europeiske land har med å trekke ut på plassene (piazzaene), sette oss ut under et skyggefylt tre, ut på fortau med strikkesøy og barnebarn, gå på vår lokale bar eller kafé for å treffe naboer og venner. Vi har trukket oss tilbake til våre trygge revirer som hjemmene våre representerer (Hjemme i Norge). Disse hjemmene har vi slitt for. Våre forfedre har ryddet jord og klart seg på det de kunne få ut av naturen. Vi har laget hjemmet slik at det skulle beskytte oss mot kulden utenfor. Det har vært langt til nærmeste nabo. Den spredte bosettingen og mangelen på store byer, har gjort sitt til at vi ikke har så mye erfaring med å treffes i det offentlige rom utenom de sermionelle begivenhetene. Vi har liten kultur for det upretansiose hverdagstreffet på kafé. Landet har liten erfaring med å delta i store kontinentale politiske spørsmål. Vi har kort fartstid som egen selvstendig nasjon hvor mange av de politiske beslutningene må tas i samarbeid med andre nasjoners kulturer og meninger. Grunnlaget for et folks sosiale egenskaper har fått dårlig grobunn med en slik forhistorie. Kanskje er det litt sant når Ringnes-reklamen forklarer oss det norske "Stiffnes-syndrom"?... Vi har frosset så mye opp igjennom tiden at vårt DNA har forandret oss til stive mennesker som ikke tar kontakt med hverandre...

“Selskapssyke”

Å ha behov for sosial omgang er negativt ladet her i Norge, gjennom ordet “selskapssyk”. Ikke noe annet språk i verden blir behovet for sosial kontakt karakterisert som en sykdom, skriver de i Caféen med veggene. Skyhet, “einstøingen” kan være typer som har fått god grobunn i den norske folkesjela. Vi skal ikke bry noen andre med vår “selskapssyke”. Vi skal ikke forstyrre naboen som sikkert er sliten og vil være i fred.

Kafélivet har dårlige vekstvilkår med et slikt tankesett. Selv om

mye har skjedd i Norge de siste årene, er vi fortsatt i forhold til kontinentale tradisjoner ganske så underutviklet. Det var først i løpet av -og spesielt andre halvdel av det forrige århundre, at Christiania fikk et variert og rikt tilbud for tørste og sultne innbyggere og gjester i byen. Både hoteller og bevertningssteder ble da også mye etablert med utenlandske krefter. Et forbedret offentlig traktement trakk også byens borgere ut av deres egne stuer og inn på kaféene. Borgerne hadde oppdaget at det å promenere opp og ned på Karl Johan for deretter å trekke inn på en kafé, kunne være et alternativ til serveringen hjemme i stuene. Det var mange måter å vise seg fram på overfor de andre borgerne.

Forskjellen mellom mann og kvinne i det offentlige rom

Allerede i 1769 prøvde et engelsk ektepar å starte et spisested på Stortorvet i Oslo etter engelsk mønster. Stedet het “London Skjenk”, en kafé med alle rettigheter. Stedet fikk ingen lang levetid; Christianias innbyggere var tydeligvis ikke modne for denne slags servering ennå (Caféen med veggene). Men tidene skulle komme da Christiania var under ekspansjon og utvikling.

I 1860-årene finner man Henrik Ibsen som en trofast kafégjenger, særlig på daglige besøk på Grand Kafé hvor han hadde sitt stambord. Men Grand åpnet ikke før 1874, så før dette vanket han blant annet på L'Órsas Café. Dette var stedet for åndsmennesker og forfattere. Her var atmosfæren egnet for leskedrikk og lærde diskusjoner. Mange steder ønsket om å trekke til seg og bli identifisert med et dannet og kultivert klientell, gjerne teatermennesker. Et sted som klarte dette var Café Engebret. Stedet lå rett overfor teateret på Bankplassen. På grunn av sitt gode kjøkken trakk det også gjester som ville ha mer enn pølter og en god diskusjon. Forretningsfolk og embedsmenn stod også på gjestelisten. Stedet er fortsatt i drift på samme plass i samme bygning.

Christiania ekspanderte (og trakk seg etterhvert mer vestover mot Studenterlunden, strøket rundt Karl Johan og Stortingsgata ble de nye målene for ny aktivitet.) Grand Kafé og Theatercaféen er to kjente kaféer/institusjoner som blir til på slutten av århundret. Stedene eksisterer fortsatt, men har nok ikke i samme grad det bohemske og intellektuelle klientellet som stedene tidligere var kjent for. Grand Kafé var tross alt bohemens “vannhull” og diskusjonsfora. På disse kaféene møttes menn med sterke meninger, noen kvinner også - men for dem fikk det drastiske. Kvinnen ble sett på som uanstendig, vulgær og løssluppen ved å vise seg på slike steder. Dette var ensbetydende med utstøtelse fra det gode selskap.

Stedene var ment for menn - de jobbet hardt ute i forretningslivet og hadde behov for adspredelse og mulighet for å treffe sine forretningsforbindelser til en eventuelt mer uformell samtale. Kvinnene hadde hus og barn og ta seg av! Den borgerlige fruen kunne til nød gå på konditori. Konditoriet stod et stykke nærmere hjemmet med for eksempel bakverk som ble benyttet i hjemmet. Kvinnen var som vanlig styrt av normer og regler for hva som sømnet seg. Konditoriene som vokste fram var av stort sett sveitisk mønster og med sveitsere som grunnleggere, mens kaféene var av fransk eller engelsk tilsnitt. Men også for unge menn var det noen restriksjoner i deres frihet: hvis han så mye som la inn en kort visitt på Grand Kafé, kunne dette bety at han ble stemplet som dagdriver og ranglefant. Det gjaldt å ha noen år på baken så man var moden nok for utfordringene og tilbudene storbyen lokket med!

Interiøret signaliserte hvem som benyttet seg av ulike rom. I den borgerlige leiligheten var herrens værelse røkeværelset. Det var mørkt og "alvorlig". Det var tunge stilmøbler, interiøret skulle signalisere alvor og beslutningsevner. Her kunne mennene møtes etter middagen med en pjoletter, sigar, kortspill og diskusjoner.

Fruens værelse i det borgerlige hjemmet var lyst og lett slik som hennes vesen "skulle" være. Interiøret signaliserte med sin lysere koloritt og spinklere møbler noe av kvinnens vesen. Kvinnene kunne sitte her sammen med sine kopper med te, småkaker og brodersaker. Samtaletema skulle være "uproblematiske" temaer – det lå ikke i hennes natur å beskjeftige seg med for store utfordringer.

Disse interiørhensynene ble også tatt opp av serveringsbransjen. Konditoriet var helt ulikt kaféen og skjenkestedene til mennene.

3.2.5 Hyttekultur og ut i

skogen og opp i fjellene

Det typiske norske

Det mest karakteristiske ved den norske livsstilen kan sies å være vårt nære forhold til naturen. Vi har flere hytter og fritidshus pr. innbygger enn noe annet land i Europa (Hjemme i Norge). På hytta og i naturen kan vi trekke oss unna hverdagens stress og mas. I tillegg har vi hatt tradisjon for søndagsturer i skog og mark hvor hele familien drar utstyrt med ryggsekk og nistepakke for å kose seg rundt bålet. Kanskje vi tar tilbake den opprinnelige nærheten til naturen som forfedrene våre hadde som bønder på bygdene. Det å ferdes i naturen gir oss en følelse å mestre forholdene og utfordringene naturkreftene måler oss med. Vi setter oss selv på prøve ved å beherske naturen slik som forfedre våre gjorde gjennom sin tilegning av kunnskap over generasjoner (Hjemme i Norge). Med en slik tradisjon blant de fleste nordmenn blir det naturlig å ta et tilbakeblikk på deler av Norges historie og situasjoner hvor måltidet ble foretatt ute i naturen - borte fra hjemmets vanlige spisested.

Den gamle myten om nordmannen

På 17-1800-tallet søkte man å finne og bygge Norges sjel, det typiske særpregede norske. Mange trakk fram bonden på landet



ill.10 Norske fjellvandrere fra «byen» som skal ut å oppdage sine norske røtter.

som levde og ble herdet i sitt liv med naturen. Barsk, hard og karrig natur satte sitt preg på nordmannen. Synet på bonden var blandet av ulike holdninger som var gjeldende for den tiden; bonden var den frie selvstendige mannen som var bærer av liberale, individuelle friheter i tråd med opplysningstidens idealer; han eide sin egen jord og styrte sitt eget liv. Denne noe ensidige framstillingen av bondens liv var også inspirert av en virklighetsoppfatning som hadde inspirasjon fra den tyske romantikkens ånd. En norsk historiker Gerard Schøning, skrev "Norges Riiges Historie", som kom

ut i 1771-73 og 1781. Han framstilte nordmannen i et "helteaktig tøffingsperspektiv"; nordmannen var heltmodig, hadde høyt mot, var oppriktig og upåvirkelig for smerte og lidelse. Dette skyldte hans tøffe oppdragelse i den tøffe naturen. Schøning var farget av tidens tanker og historieskrivningstradisjon. Han var blant de som tilhørte et miljø som ønsket et mer selvstendig Norge med eget universitet og egen bank som viktige mål. Disse miljøene

hadde base i Trondheim og blant norske studenter i København som hadde dannet "Det Norske Selskab". Tiden Schøning skrev og tenkte i var en periode hvor ulike gruppers arbeid reulterte senere i unionsoppløsningen med Danmark og dannelsen av Norges Grunnlov av 1814 (Jakten på det norske).

Schøning var sterkt opptatt av å ta vare på det norske. Eksempler og virkemidler han brukte i sine historiske bind, vil med dagens øyne virke ganske ekstreme. Man kan lese i bind én fra "Norges Riiges Historie": Vi spiser med indianere og negre, vi drikker med kinesere og arabere; vi kler oss som franske, spanske, italienerne - hvis vi ikke snart slutter å leve unorsk vil vi ende opp som en nasjon "dverge"... (Jakten på det norske)

Samtidig som synet på bondelivet og kulturen var noe forenklet, bidro fokuseringen på dette livet og landsdelene til at allmuen ble mer bevisst over sitt eget lands historie og tradisjon (Hjemme i Norge). Foreninger ble stiftet - både offentlige og private. Eventyr, folkedrakter, folkemusikk, lokale hundreår gamle byggetradisjoner ble dokumentert og samlet inn. Instutisjoner som Norsk Folkemuseum, Maihaugen, Foreningen for Fortidsminneforening så dagens. Mange stavkirker ble reddet på 1800-tallet etter at mange kirker ble revet og bygget om etter nye offentlige vedtekter.

Mat på arbeidsplassen – ute på jordene

Til tross for mange positive ting som skjedde - i synet på bondesamfunnet, var nok livet for bondefamilien ganske så annerledes enn hvordan romantiske og nasjonal-romantiske kunstnere og historikere skildret det. Familiene jobbet ute i naturen året rundt, naturen var selve livsgrunlaget for en naturhusholding. Mange av arbeidsoppgavene året igjennom var slik at det ikke var hensiktsmessig å dra hjem til gården for å spise - måltidene ble foretatt ute der man arbeidet. Eksempel på dette kunne være under onnene om våren eller høsten. Da var tiden knapp for å få kornet i jorden eller å slå kornet på høsten. Kvinnene bragte maten ut på jordene (Hjemme i Norge). Andre eksempler kunne være når mennene dro på Lofotfiske eller på skogsarbeide. Da kunne de ha med seg nisteskrepper for mange uker eller måneder. Somrene, som for mange ble tilbragt på setrene, inkluderte også dette med å ha med seg mat for lengre perioder. Sommerflyttingen eller Lofotfiske var tradisjonspregede handlinger, de understreket vekslingsene i årstidene og ga folk variasjon i tilværelsen. Men arbeidsoppgavene var nødvendige og av praktisk art; de inkluderte arbeidsoppgaver som måtte gjøres på ulike steder.

Landlige omgivelser utenfor byene

I byene utover på 1800-tallet ble det vanlig blant mange familier at de flyttet ut av husene på somrene til løkker og lystgårder. Barna kunne sendes til slektninger på landet for at de skulle få friskere luft i lungene enn det de pustet inn i byene (Marit Lande). Denne tradisjonen kaller de i Det norske hjemmet for en forløper til den etterhvert så norske tradisjonen med vår egen hyttetilværelse. Gjennom litteratur og billedkunst har vi fått skildret mange romantiske landlige utflukter. Bilder av middelklassen og overklassens mennesker hvor damene er iført hvite sommerkjoler og herrene i lyse dresser er kjente scener. Pledd og matkurver ble lagt utover, man proklamert dikt og flørtet. En lett og uhøytidlig stemning som naturen ga ramme for kunne herske under disse "Bachanalske" utfluktene. Landturen med matkurv representerte det uhøytidlige, den avslappende ikke-hverdagslige settingen som naturen inviterte til.

Turister og reiseskildringer

Det ble skrevet flere reiseskildringer av folk som hadde reist rundt i Norge. Både nordmenn og utlendinger skrev reiseskildringer. Disse skildringen opplyste andre mennesker om faktiske forhold rundt om i landet og de inspirerte mange til å bruke landet som reisemål. Norge ble lansert som et eksotisk reisemål og med utbyggingen av jernbane og dampskip ble landet lettere tilgjengelig for mange (Hjemme i Norge). Reisebyråer dukket opp i allerede 1860-årene og kunne tilby opplevelser og reiser i Norge. Den norske Turistforeningen ble stiftet i 1868. Blant overklassen i byene ble fjellvandring og oppsøking av den norske opprinnelige "ville" naturen et veldig populært innslag. Fokuseringen på det "opprinnelige" Norge, inspirerte menneskene i byene for å oppsøke sine røtter.

Pølse på bål

Skal man se på noe av forklaringen til nordmenns draging mot naturen, kan det være fristende å påstå at siden vi er et gammelt bondefolk som har levd i pakt med naturen - søker vi dermed tilbake til våre opprinnelige røtter nå som mange av oss lever mer skjermet i kulturlandskapet. (Det er som om driftene trekker oss ut av husene og opp i fjellene.) Vel ute i landskapet får vi et overblikk fra toppene og utover naturen - i skogen finner vi roen og stillheten. Vi vil beherske naturen ved å bryne oss på naturkreftene - vi ønsker å føle at vi har kontroll over

ill.11 Mor, far og barna på skogstur med nistepakke.



naturen og oss selv slik som vi ønsker med vårt eget liv ellers i hverdagen. Men alle de som har spist nistepakke ute eller grillt pølser på et bål, har opplevd hvor godt maten smaker ute i naturen. Det er hyggelig å samles rundt bålet når man er på tur. Kanskje smaker maten ekstra godt fordi man er sliten og sulten, -"hunger" er som kjent den "beste kokk". Kanskje den enkle settingen øker fokuseringen på maten og det sosiale fellesskapet og gjør dette måltidet så spesielt. Andre drar på tur alene for virkelig søke en indre og ytre ro, som en slags reise tilbake til forfedrene våre.

Om det er romantisk eller ikke, om det er en søken etter gamle nasjonale forestilte røtter eller ikke, så spiller dette en liten rolle; vi opplever en annen fokus og et annet nærvær gjennom måltidet i naturen.

Hvordan kan vi oppleve dette oftere?

3.3 Mat og drikke i sosial kontekst

3.3.1 Måltider fra vugge til grav innenfor familietradisjoner

Julen

I det norske bondesamfunnet på 17-1800-tallet stod julefeiringen sterkt. Det var en periode preget av en religiøs fest blandet med folkelig overtro hvor nissen var en sentral skikkelse.

Matforberedelsene startet tidlig på høsten med blant annet slaktingen og flatbrødbaking. Det skulle ikke mangle på noe til jul. Mengder er her relativt, men julen skulle stå for en overflod i kontrast til hverdagens enkelthet og ensformige kosthold ellers i året. "Det som er esla til jul, skal gå med til jul", het det. (Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter). Tradisjoner og lokale matressurser preget høytiden. Oppskrifter og tradisjoner ble overført muntlig og gjennom praktisk lære og erfaring. Mødrene lærte bort sin kunnskap til sine døtre, slik de selv hadde lært av sine mødre. Dette var kunnskap som ble satt på prøve når de unge kvinnene selv skulle ha ansvaret for sin egen families daglige kost.

Matskikkene var forskjellige fra landsdel til landsdel. Felles for landet var at familiene samlet seg rundt måltidet og hørte julebudskapet sammen. For at Julen skulle være som en kontrast til dette ensformige

kostholdet og harde arbeidet, krevde dette god planlegging med blant annet å legge til side den beste maten. Det beste flatbrødet ble lagt til side, lefsestabelen skulle ikke røres før julekvelde morgen og kjøttmat måtte saltes og lagres. Juleøllet måtte brygges så det ble ferdig til jul. Det ble bakt enkelte julekaker som ble krydret med rosiner, honning, sirup og kanel. Det ble satt fram rikelig med smør og det ble kokt søtost. Når de støpte lysene var tent i stuene,



ill.12 flatbrødbaking, kanskje av omreisende bakstkoner?

begynte julestemningen for alvor å gjøre seg gjeldende. (Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter) Husene ble vasket og man skiftet halm i sengene og til nye klær. Selv dyrene og nissen fikk noe ekstra godt til jul. Nissen fikk grøt som takk for at han passet på fjøset. "Et væl og trivs væl, i kveld er det selve julekvelden", kunne bonden si når han gikk ut av fjøset denne kvelden.

Overtro preget mange av forberedelsene. Noe mat fra julekvelden kunne ofte bli stående igjen på bordet, og lysene brant hele natten til juledags morgen. Man trodde de døde kunne komme denne natten og da måtte de få mat og se at alt var i orden i huset, står det i Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter. Det står også om en kake som het "julebonde", og som ble bakt enkelte steder i landet. Denne ble bakt av kornet fra de siste nekene som ble tatt fra åkeren. Kaken ble pyntet med forskjellige symbolske tegn og stod framme hele julen. Siden ble den gjemt unna til våronna. Da kunne den bli kokt i suppekjelen og så fordelt til folk og dyr som arbeidet ute med et ønske om god grøde av det som ble sådd.

Hva folk spiste til jul var avhengig stedets tradisjoner og hva familien hadde å rutte med. Men det å sette seg til bords, liten som stor, med det beste huset hadde råd og mulighet til å servere, var nok julas høydepunkt. Foruten hvile, var det tid for å treffe slekt og venner. Som gjest, om man kom ubedt eller ikke, var alltid gjestfriheten stor. Det ble servert mat og drikke - man hadde alltid noe ekstra i tilfelle besøk. Det var en stor skam for husbondfolket om de ikke kunne by på en liten matbit. Julen var også tiden som avsluttet kalenderåret; etter et langt fysisk arbeidsår, hvilte man disse dagene før et nytt år begynte.

Bryllup

Som kontrast til hverdagens lange arbeidsdager, ble lørdagskvelden innledningen til helg og hvile. Lørdag var det vask og skifte til helgeklærne. Når helgeklærne var på, syntes ikke de sosiale skillene så klart. Ungdommen kunne møtes til dans uten å bryte skikk og bruk. Lørdagsfrieriet hørte naturlig helgen til. (Hjemme i Norge)

Søndagen var hviledag med helt klare grenser for hva som sømnet seg å gjøre. Kirkebesøk på var en fast og udiskutabel skikk og tradisjon på denne dagen. På kirkebakken møtte man venner, naboer og slektninger. Man kunne ha med seg kaffe og nistepakke – mange kunne ha reist et stykke for å komme til kirken, og dessuten var maten med å forsterke det sosiale. Nyheter ble utveklset og viktige saker kunne drøftes. Prestegården med sin kontakt med "omverdenen", ble en impuls for idéer og nyheter som hadde kommet til gården. Tjenestefolk som arbeidet på gården kunne få

informasjon og høre sladder som de kunne formidle videre til folk i bygda.

I kirken ble også lysing av kommende bryllup gjort. Etter tredje lysning ble det satt fart i forberedelsene (Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter). Det var ulike rutiner på hvem som ba folk til bryllupet; noen steder brugdommen selv, mens andre steder hadde man en kjøkemester, en bearmann. Han ble tatt godt imot når han gikk rundt på sin innbydelserunde; folk tok på seg søndagsantrekket og han ble traktert med det beste som var for hånden. Det måtte også skaffes en kokkekone, en matmor eller flere. Dette var et ærefullt verv, med masse prestisjefyllt arbeid, men man var også under sterk overvåkning av gjester og vertsskap. (Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter)

Langveisfarende gjester ble tatt imot med dram, øl og matservering. Var det ikke sengeplass nok på gården trådte naboer hjelpende til. Et bryllup varte ofte i tre dager og det skulle være nok mat. Det var en umulig oppgave for de fleste gårder å klare dette på egenhånd. "Spleisefest" ble en løsning på dette problemet; gjestene bidrog med "sendingsmat" til selskapet. Om man bare var en kjenning, nabo, nær venn eller nært knyttet i familien, avgjorde hva man hadde med som "sendingsmat". Rømme til rømmegrøten og soddkjøtt til sodden var det som regel kun nærmeste familie som bidrog med.

Kjøkemesteren skulle sørge for at alle fant sin plass ved bordet, selvom de fleste var klar over hvor deres plass var i forhold til slektskap, rang og verdighet. Der hvor de ikke hadde kjøkemester var det sjølfolket som hadde denne oppgaven med å plassere folk og ønske dem velkommen. Kjøkemesteren sang bordverset og holdt gjerne en liten tale før han kunne si "No må dokk ikkje vera åkkår", som betød at man ikke måtte være beskjedne, men forskyne seg godt. Men det hørte med til god skikk og bruk at selvom det var nok mat, skulle man ikke etterkomme oppfordringen for fort. (Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter). Ølet som ble servert ble alltid laget på gården og dette var bondens oppgave. Det var viktig at dette ble godt – det vil si sterkt nok! Men om ølet ble for tynt, var det vanlig å si "takk for godt øl" etter den første slurken. Før gjestene gikk fra bordet, tok de hverandre i hendene og sa "takk for skifte" - man takket hverandre for selskapet rundt bordet. Kjøkemester og vertsfolk måtte takkes - og ikke minst kokkene for velgjort mat

Med tre-dagers servering kunne både fisk, kjøtt og grøt bli servert. Grøten skulle være blank og feit av glinsende smør. På andredags

morgen ble gjestene gjerne servert på senga. Der kunne de få dram eller kaffe med småbrød til - noe å "biteti" til kaffen. Det var litt av moroa i bryllupene å springe og traktere på senga, sies det i Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter. Hver kveld var det dans med spelemenn. Tredje dag var det gjerne skikk at kokkene og de som hadde hjulpet til med trakteringen, fikk være gjester. Nærmeste slektninger og husets folk hjalp da til med matlagingen

En datter som ble giftet bort, ble ikke sendt hjemmefra før moren hadde lært datteren sin alt hun selv kunne. Datteren skulle ikke gjøre skam på familien. Den unge kona ble satt på store utfordringer når det gjaldt ansvar og plikter. Det var viktige at det nye familiemedlemmet var snill og hjelpsom. Greide hun å oppfylle de forhåpninger og krav som ble stilt til henne, følte hun også den tilfredshet og lykke som var en vesentlig del av livets lykke, skriver de i Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter.

gravferd og gravøl

Bygdelivet var som regel nokså oversiktlig, og man hadde såpass kontakt med hverandre at man visste når noen lå for døden. Var det harde lange sykeleier, gikk nabokoner sammen og hjalp til med sykestellet og våket over den syke om natten. Man var avhengig av hverandres hjelp i mange sammenhenger, om det gjaldt dugnadsarbeid i onnene eller hjelp til familiene i mellom. Ved dødsfall ble det sendt rundt av en bearmann for å be til gravøl. Det var skikk at foruten slektninger ble hele grenda bedt. (Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter)

Gravølet varte som regel i to dager og trakteringen var lik som i et bryllup. Men stemningen skulle være stille og høytidlig. Ved bordet skulle det snakkes lite, og det som ble sagt skulle sies stille og forsiktig. Kjøkemesteren pleide oftest å minne den døde.

På Vestlandet og i Nord-Norge hvor hvor reisen over fjelloverganger og over åpen sjø kunne være en tøff påkjønning vinterstid, måtte folk ta inn hos folk for overnatting underveis på reisen. Det var da vanlig å spise av den medbrakte maten og få noe varmt å drikke av vertsskapet. Etterhvert oppstod det kirkebuer, rorbuer og naustloft som folk kunne ta inn på.

Fødsel og dåp

I et bondesamfunn med naturhushold fikk barna tidlig tildelt sine arbeidsoppgaver for å bidra med sitt til fellesskapet som familien og gården representerte. Man avhengige av hverandres arbeidshjelp. De største barna måtte ta seg av sine mindre søsken, barna måtte hjelpe til i fjøset, på jordlappen familien dyrket, matlaging, spinning

og karing av ull osv. Et nytt medlem til familien var med andre viktig for at familien skulle klare seg på egenhånd. Barneflokkene ble store, men det var også stor barnedødligheten. Lite og ensidig mat gjorde barna ekstra utsatt for sykdommer i harde perioder som fattigdom og uår kunne forårsake.

En fødsel var en stor begivenhet for familien - det var et nytt medlem til en videreførelse av ætten. Noen dager etter barnets fødsel kom nabokonene med "senggrauten" til barselkona. Dette var praksis både hos fattig og rik (Om kost holdet i Norge, fra omkring 1500-tallet og opp til vår tid, av Fredrik Grøn). Det var en gryngrøt med godt med smeltet smør. I likhet med bryllup og gravferd ble det feiret og markert med mat, drikke og besøk av slekt og venner. Det var sendingsmat her som i de andre sermoniene Det var mye overtro rundt udøpte barns ve og vel, så det gjaldt å få døpt barnet så fort som mulig. I dåpen ble både besøkende, barsel kone og den nyfødte servert den samme kosten; grøt av den edleste sort, øl eller brennevin. Dette skulle være sunt og godt for dem alle hevdet folkeskikken, står det i Hjemme i Norge.

Bearlag og dugnadshjelp

Bearlag og dugnadshjelp var bygdas to instutisjoner som ivaretok representerte skikk og tradisjon. Bearlaget tok seg av sammenkomster og felles høytidsfester som dåp, konfirmasjon, bryllup og begravelse. De sørget for blant annet at det var nok menn til å bære kisten i en begravelse. I bygder hvor de sosiale lagene var store, var det egne sjikt i Bearlaget og det var egne regler for hvilke gårder som skulle bedes sammen.

Dugnadshjelp sørget for at spesielt de store sesongrelaterte arbeidsoppgavene som slått, baksten og slaktingen ble mulig å gjennomføre innenfor den begrensede tidsrammen man hadde til rådighet. Nabokvinner stilte opp for hverandre og de hjalp gravide medsøstre som måtte ha hjelp under barselperioden. Dette arbeidet hadde også en veldig viktig sosial faktor ved at folk kom sammen og hjalp hverandre. Ved dugnad var det vanlig at de som hjalp til ble gjort stas på med god traktering. Det ble servert godt med mat og drikke som øl og dram. Var det en fellesdugnad, bidrog alle familiene som deltok i arbeidet med mat og drikke. Dugnaden var helt nødvendig for å få gjort mange arbeidsoppgaver, men den var også en viktig sosial faktor som knyttet sterke bånd mellom slektninger og venner i bygda. (Norsk mat - tradisjoner og gamle matretter)

3.3.2 Oppsummering og

refleksjon rundt våre ritualer

Uten å bli romantisk og sentimental ved å se tilbake på det norske bondelivet, tror jeg nok likevel det må ha hersket en helt spesiell stemning i jula hos folk flest. Kontrasten til hverdagen var såpass mye større enn den er for oss i den vestlige moderne verden. I dag starter juleforberedelsene – det vil si butikkenes kjøpepress og fristelser på forbrukerne allerede tidlig i november. Kaféer og restauranter tilbyr julemat på menyen som mange lar seg friste av. Det blir vanskelig å vente til Jul med å spise disse rettene. Julen blir for mange forbundet med en stresset periode i forkant av feiringen. Kjøpepress og vanskelighetene med å finne på noe å gi i presanger til mennesker som stort sett har det de trenger av ting, pyntegjenstander og praktiske hjelpemidler, blir verre for hvert år som går. Mange føler at det kunne være det samme med hele Julen, men de ønsker å ta vare på en del tradisjoner og hygge for barnas skyld.

God mat og hvile, rene og nye klær, rent hus, er ting og verdier vi i større grad har tilgang på året rundt, mens selve julebudskapet i sin videste forstand, med medmenneskelighet, ritualer fra folkelig hedensk tro og kristne skikker, kanskje har kommet i skyggen av andre verdier som preger vår juletradisjon? Hvile, god mat og treff av venner og slektninger preget Julen i det norske bondesamfunnet. I dag er det mange som bruker Julen til å handle på romjulssalg og bytte gaver – la seg friste av de butikkene som har tyvstartet nyttårsalget.

Bryllup er noe som de fleste fortsatt regner som noe hyggelig og moro. Valget av partner skjer ikke etter samme mønster som preget Norge i forrige århundre innenfor de forskjellige samfunnsklassenes kriterier. Ekteskap i dag inngås i større grad som et resultat av at to mennesker elsker hverandre og gifter seg med hverandre uten at foreldrene har arrangert møte mellom de elskende i forkant. At “like” barn leker best, er fortsatt en kjennsgjerning i hvem man ubevisst eller bevisst velger å gifte seg med. Men de uskrevne samfunnsreglene er ikke i samme grad så gjeldende som tidligere. Hvis vi skal snakke om “prisen” vi har vært nødt til å betale for vår frihet i å velge partner, synet på ekteskapet som noe hellig, tanken med å dele livet sitt med en person resten av livet – så viser skilsmissestatistikkene klare tendenser i utviklingen. Ekteskapet er spesielt i byene med over 50 % skilsmisser, blitt til en skjør konstruksjon som ofte bryter sammen under problemer. Selve bryllupsfeiringen blir for de nygifte en stor økonomisk påkjenning

– hundretusen kroner er ikke noe problem å bruke på et bryllup. “Sendingsmat” har ikke lenger noen tradisjon.

Dåpen som mange andre ritualer og sermonier som før hadde større betydning, har i dag fått konkurranse av ikke-kristne borgerlige alternativer. Barn som fødes i dag er ikke en forutsetning for at familien skal klare arbeidsoppgavene som livet på en gård inkluderer. Det å få barn i dag er noe skyldes mange faktorer; tradisjoner og forventninger fra familie og samfunnet, et ønske om viderefremme noen verdier til sine egne barn, skape sin egen familie – man er selv født og oppvokst i en familie – og sist men ikke minst; udødlighetstanken – man vil videreføre noe av seg selv i form av et menneske av ens eget kjøtt og blod. Barnet skal læres opp etter ditt verdisyn. Samfunnet mottar dette mennesket som en gave fra dere.

Hva skal jeg si om døden – døden er gjemt vekk. Vi er skånet for å oppleve døden til våre nærmeste; døden er overlatt til staten og institusjonene. Døden skjer kun hjemme ved en ulykke! Smerte som fødsler og død representerer har samfunnet tatt seg av under tryggere former. Dette skyldes blant annet at de gamle bor ikke lenger i generasjonsboliger med sine barn og barnebarn rundt seg, i et fellesskap hvor alle bidrar litt til alle.

Uten å si noe mer om dette blir det jo likevel litt absurd at vi får daglige nyheter formidlet gjennom mediesamfunnet med død, lidelse og katastrofer som et gjennomgående tema. Vi takler å se tusentall sulte ihjel i Afrika, mennesker bli torturert og drept i kriger. Men vi tåler ikke vår egen lidelse eller å være vitne til våre nærmeste naturlige død. Døden er blitt gjort til noe naturlig unaturlig!

Og til slutt vil jeg si at de kollektive samlende sermoniene ikke på langt nær står like sterkt. I det individualistiske orienterte samfunnet vi lever i, er det den enkeltes behov og ønsker som har fått størst aksept som noe verdifullt. Det å skille seg ut fra de store veletablerte ordningene betyr at du har egne meninger, at du kan handle selvstendig. Sermonier er tradisjonelt basert på den kollektive tanken – at vi sammen skal oppleve noe høytidlig og fint; at individet oppgir noe av seg selv for sammen med de andre oppleve noe felles for alle.

4. Hoveddel 4.1 Den norske måltidskulturen i dag

4.1.1 Innledning til den moderne norske hverdagsmiddagen

Måltidets regi i form av sted, tid, hvem som deltar og hva som serveres, er med å fortelle noe om måltidets rolle og symbolske betydning. Stemmer dette?

Har middagen hjemme en annen rolle enn den ute i serveringsbransjen?, spiller det noen rolle hva vi serverer hjemme – kjøpt ferdigmat fra butikken eller hjemmelaget mat basert på råvarer? Hvordan påvirkes hverdagsmiddagene av vår bosituasjon, familiemønster, kjønnsrollefordeling, vareutvalg i butikkene og yrket vårt?

Jeg skal i de følgende kapitlene se på disse ulike aktørene og arenaene for hverdagsmiddagen og hvordan vi har forandret vårt forhold til disse.

4.1.2 Hjemmet

Det norske hjemmet

“ I den bevisste koblingen mellom rommets uttrykk og utforming, mellom formspråk, ressurser og dagligliv, har vi ønsket å synliggjøre grunnleggende trekk i norsk livsstil og levemåte. For i tingene vi velger, i måten vi planlegger og innreder hjemmet vårt på, kombinerer vi kjente fellestrekk fra vår kultur med våre egne, personlige ytringer. Slik blir hjemmet, i videste forstand, et speilbilde av det norske samfunnets normer og holdninger (fra innledning i “Hjemme i Norge”).

I 1993 er ca halvparten av den norske befolkningen boende i eget hus, 26 prosent bor i blokk og 25 prosent i to -eller flermannsbolig. Hjemmene er romslige og teknisk velutstyrte. Tar man med den

frie beliggenheten til natur og friluftsområder, ligger den norske boligstandaren på topp i verdensmålestokk (Hjemme i Norge). Men selv om vi har flotte og velutstyrte hjem hvor kvinnene tradisjonelt har hatt sine arbeidsoppgaver; har hun forlenget kastet kjøkkenhåndkleet og gått ut i lønnet arbeid utenfor hjemmet. Dette har bare vært en av mange faktorer som har satt igang en sosial prosess som har fått konsekvenser for den tradisjonelle kjernefamilien.

Norge har også blitt et rikere land hvor kravet til å ta seg av eldre og syke er blitt det offentlige ansvar. Til dette er det blitt behov for mange nye arbeidsplasser hvor kvinnene dominerer. Kvinnene gjorde disse oppgavene før også, men da innenfor hjemmet. Vi har fått flere barnehager, skole –og fritidsordninger som gjør det mulig for begge i et forhold å jobbe utenfor hjemmet. Mange venter lenger med etablere seg og få barn, flere tar en lengre utdannelse, mange velger andre boformer enn de tidligere tradisjonelle og skilsmissestatistikken ligger ca 50 % i Norge. Med andre ord – kjernefamilien er blitt ledsaget av en rekke andre familiemodeller, (i tillegg til en begrenset “levetid”, jfr. skillsmisser.)

Her skal det være godt å leve

Norge regnes som et godt land å leve i. Det er relativt lav folketetthet i forhold til landets størrelse - vi er kjent for vår spredte bosetting. Vi har en variert natur med tilgang på store friluftsområder med frisk luft. Vi lever i et gjennomregulert sosialdemokratisk samfunn med generell høy levestandard og få sosiale klasser. Norges befolkning har hatt tradisjon for å være opptatt av likhet og solidaritet. Samfunnet har prioritert å bygge opp et trykkesystem som skal ta vare på arbeidsledige, uføre, eldre og syke. Likestillingen mellom kjønnene er i prinsippet blitt en del av vårt verdssystem - norske kvinner kan i dag være aktive utenfor hjemmet og delta i politikk og arbeidsliv.

Problemet for mange kvinner blir derimot at de har blitt dobbeltarbeidende. Altfor mange menn tar ikke sin del av det ubetalte hus –og omsorgsarbeidet det er med hjem og barn. Kvinner, og selvfølgelig også mange menn, blir gående med dårlig samvittighet for at de ikke strekker til i arbeidet i hjemmet kombinert med en yrkeskarriere. Kanskje vi snakke om en kollektiv skyldfølelse?

Store deler av den norske befolkningen har vært gjennom en stor utvikling fra sin oppvekst, oppdragelse og verdssystem, til samfunnet i dag. Den store forandringen som har skjedd de siste årene med nye familiestrukturer, arbeidsoppgaver, arbeidspress, utdanning, krav til ny teknologi, kjønnsroller, høyere tempo i skifte av trender, osv, fører

til at det oppstår lett en slags “konflikt” eller “frustrasjon”. Når man ikke klarer å ivareta verdier som man har fått med seg hjemmefra videre inn i sitt eget liv, havner man lett i en konfliktfylt situasjon. Mange har kanskje etablert egen familie, og sammenhengen mellom det man ønsker og det man faktisk får til – blir for stor.

Vi vil gjerne at hjemmet skal stå for en del verdier og representere trygghet og varme. Vi vil at familien skal kunne møtes hjemme, dele tanker og gjøremål sammen – oppleve noe privat, noe innenfor familien. Men mange føler at hjemmet ikke fungerer slik. Familiemedlemmene har mindre “uforpliktende” tid sammen og jobben er tatt med hjem i form av mobiltelefoner og hjemmekontor med data og internett. Hjemmet har mistet noe av sitt særpreg.

I tillegg tør jeg påstå, at kvinner arbeider i et mannstyrt yrkesliv der inngrodde holdninger og tradisjoner gjør at kvinnene ikke får de samme posisjonene og vervene i politikk og arbeid som mennene gjør. Det er fortsatt typisk kvinneyrker og mannsyrker, selv om teknologi og moderne arbeidsoppgaver i stor grad har gjort det fullt mulig å gjøre arbeidsoppgavene uavhengig av kjønn.

Vår spredte bosettingshistorie

Utlendinger har undret seg over den spredte bosettingen i Norge, en bosetting som har blitt til gjennom vår historie hvor hver

enkelt “Isak Sellanraa” fra Hamsuns “Markens Grøde” har ryddet sin jord og gård. Gårdene har blitt plassert på avsidesliggende steder uten en styrende sterk stat bak som har bestemt plasseringen gjennom en ordnet infrastruktur. Selv de nye tettstedene som har grodd fram i etterkrigstiden, virker tilfeldige og planløse uten en samlende kjerne (Hjemme i Norge).

Vi har ingen landsbytradisjon eller noen form for urban kultur som strekker seg tilbake til Middelalderens karakteristiske bystruktur. (Bergen er et unntak med

en viktig posisjon i denne perioden – Hansatiden. Byen er kanskje også den byen i dag med flest opprinnelige trekk igjen fra den eldre bystrukturen.) Vi har gjennom vår bosetting i naturen på naturens premisser, lært å tilpasse oss omgivelsene. Vi ble knyttet til landskapet i en naturlig balanse mellom stedets natur og livsgrunnlag. I dag, påpeker forfatterne i Hjemme i Norge, at vi desverre er i ferd med å miste mye av denne innlevelsen og respekten for landskapets egenskaper og kvaliteter. I dag kan vi



ill.13 En typisk norsk enebolig trygt plassert i nærheten av naturen.

“høvle” oss inn i landskapet og plassere ferdighusene etter våre rasjonelle planleggingsmetoder uten å tilpasse oss med respekt for stedets byggeskikk og naturgitte forutsetninger. Dette er med å forflaute bebyggelsen i landet vårt, mener forfatterne. Vi får ikke stedsbundne arkitektoniske særegenheter.

Forskjellige menneskegrupper forhold til maten

Man kan si mye om vår hjemmekultur og alle de pengene vi bruker på hjemmekos. Hvordan vi legger det til rette for hygge gjennom innvensteringer i matrielt utstyr og alle oppussingsprosjektene våre; nytt bad, nytt kjøkken, ny sofa - igjen! Kjetil Rollnes har skrevet mye spennende om nettopp vårt forhold til dette. Alt ligger i grunn til rette for at vi skal kunne frembringe de lekreste retter i de koseligste stuer og kjøkkener. Men til tross for våre velutstyrte hjem, viser utviklingen at vi spiser mer ute og vi lager mer halv -helfabrikata hjemme.

Hvorfor er det sånn? Er det fordi jobben opptar så mye tid av døgnet, som gjør at det blir liten tid og energi til å lage mat fra bunnen av hjemme? Når jeg spør så forenklet er det selvfølgelig også mange andre som ikke i samme grad følger dette mønsteret. Aldersgruppe, bosted, sosial gruppe og utdanning påvirker våre mattradisjoner. Mange ivaretar den tradisjonelle middagen på ettermiddagen med alle familiemedlemmene til stede. Det er forskjeller mellom generasjonene, og mellom byer og distrikter. Mellom høyt -og lavt utdanning. Unge mennesker i byer med høy utdanning er mer åpen for nye matimpulser og bruker offentlige spisetilbud mer aktivt. Disse er mer opptatt av matens kvalitet – hvordan råvarene er framstilt – om de er genmanipulert, økologisk framdyrket og de bruker mer tid på selve tilberedningen av måltidet. Mennesker med lavere utdanning spiser flere tradisjonelle retter, men ofte forenklet i form av mer halv -og helfabrikata. De er mindre opptatt av blant annet ernæringsmessige sider ved maten (“Endringer i nordmenns matvaner på 80- OG 90-tallet”).

Noen frykter at det vil bli et nytt “klasseskille” i vårt forhold til kostholdet – mellom de som er mer opptatt av hvordan de tilbereder maten og hva de spiser – og de som er mindre opptatt av hva de kjøper og ofte ender opp med veldig energirik og usunn mat i form av mye helfabrikata. Gamle mennesker faller noe imellom disse to gruppene, de gamle spiser i større grad slik de alltid har gjort. De er mer opptatt av å ta vare på sine tillærte tradisjoner i kosten.

Hvordan blir isåfall de to neste generasjonene med gamle? Er det da noe som heter å spise “som de alltid har gjort”? Det gjenstår å se.

4.1.3 Vår arbeidssitasjon

Fra den industrielle til den digitale revolusjonen

Den industrielle revolusjonen (fra midten av 1800-tallet og framover), fikk dyptinngripende konsekvenser for alle i samfunnet. Veldig kort fortalt; gamle arbeidsplasser gikk tapt og nye ble skapt. Nye industrideknikker utkonkurrerte gamle mer håndtværkspregede arbeidssituasjoner, samtidig som den nye industrien la grunnlag for nye produkter. Et annet viktig punkt er den store menneskeforflytningen fra bygdene inn til de nye arbeidsplassene i byene. Dette fikk store konsekvenser for blant annet boligbyggingeaktiviteten i byene.

Ser vi på de siste tjue-tredve årene, har vi også opplevd en revolusjon. Den digitale revolusjonen har snudd opp ned på alle våre forestillinger om hvordan bedrifter kan drives, gjennom datamaskinene som verktøy. En annen ting som får en langt mer dramatisk påvirkning på våre liv og arbeidssituasjoner – er internett. Datamaskiner og roboter som overflødiggjør mange mennesker innenfor mange bedrifter, har vi hørt om lenge. Men nytten og bruken av internett er for mange fortsatt noe nytt og kanskje til og med litt fjernt. Skal vi henge med på utviklingen er vi nødt til å omskolere oss og tenke helt nytt på veldig mange områder i produksjon av varer og tjenester. Kommunikasjon skjer raskere via nettet, tilgang på informasjon er enorm.

IT-bransjen har åpnet opp for mange nye kreative løsninger, utfordringer, muligheter og jobber. De som satser sterkest på dette og legger om driften er de som vil klare å møte de nye utfordringene best. Nye mediér og teknikker er ikke noe nytt; telefonlinjer og fjernsyn har hatt enorm påvirkning på alle bransjer. Alle de som valgte å vente, måtte til slutt ta i bruk de nye teknikkene for å tilpasse seg de nye behovene i markedet.

“Gamle” og nye yrker

Ikke alle jobber med nye medier, det er fortsatt behov for bygningsarbeidere, frisører og sykepleiere. Yrkesgrupper har store utfordringer og krav til fornyelse parallelt med samfunnsendringer forøvrig, men det er kanskje noen jobber som det er lettere å legge igjen på arbeidsplassen og ikke ta med seg hjem. Man kan som bygningsarbeider jobbe overtid fordi tidsfristene er korte. Bygningsfirmaet får dagsbøter hvis de ikke å overholder leveringsfristen av bygget, og dette legger selvfølgelig press på arbeidernes innsats. Men når man legger fra seg hammeren og



ill.14 fem minutters sosial kaffepause blant bygningsarbeidere.

går hjem for dagen, da er arbeidsdagen over – det er ingenting man kan gjøre hjemmefra – man bygger ikke hus over nettet.

De fleste som har hjemmekontor og fleksitid har håpet på at dette først og fremst skal virke positivt, gi dem større frihet til å styre dagene selv. Mange synes også denne ordningen er positiv, men mange føler likevel at dette blir en belastning; det er vanskelig å si stopp – nok for i dag. Det er alltid noe man kan gjøre, gjøre litt bedre, forberede litt grundigere. Presset legges kanskje ikke bestandig på deg av sjefen/ledelsen, men kanskje like mye av deg selv? Friheten som ligger i det å styre arbeidsdagen din

selv – fleksitid i praksis, kan være med å gjøre dagen stressende. Er det nå jeg skal jobbe, eller senere i kveld? Hvis jeg bare jobber litt ekstra i kveld, blir det kanskje mulig å ta det litt roligere i morgen? Den individuelle styringen av arbeidsdagen kan gjøre det vanskelig å få en fast rytme i fordelingen mellom arbeid og pause. Man stempler ikke inn om morgenen til fast tid. Langt oftere jobber man ikke lenger i et arbeidsfellesskap med faste pauser sammen med arbeidskollegaene. Fleksitiden medfører at det kun kan være noen timer midt på dagen hvor man er nødt til å være tilgjengelig, hvis man i det hele tatt er nødt til å befinne seg på arbeidsplassen.

Med bærbar datamaskin, mobiltelefon og internettoppkobling, kan jobben gjøres fra hvor som helst, når som helst. Man kan jobbe på flyplassen, på toget, i drosjen. Vi kan utnytte tid og steder som før ikke var mulig i samme grad å arbeide på. Fastfood, bærbare datamaskiner og mobiltelefon gjør oss mer effektive og gir oss mulighet for å få mer fritid når vi kan utnytte tiden bedre.

Men medfører dette at vi får mer fritid, er det ikke slik at vi bare arbeider mer? Er det slik at arbeidsdagen er en enste lang tilrettelegging for at vi snart kan slappe av, men at vi bare må gjøre litt til først? Forlanges det ikke av oss at vi gjør en større jobb i og med at vi kan jobbe på flere plasser til flere tider?

Ønsket om karriere, få større utfordringer, mer ansvar og mer lønn, krever at du viser at du duger – yter litt ekstra. Gode tilbakemeldinger fra kunder, arbeidskolleger og ledelse er vitamininnsprøytinger i arbeidsdagen. Men mange brenner seg ut i relativt ung alder.

Arbeid og mat

Våre arbeidssituasjoner får selvfølgelig konsekvenser for spisevanene våre. Nye arbeidsformer skaper også nye spisesteder – og tider. Kanskje spises ikke middagen før sent på kvelden, det er først da man har tid og ro til å nyte dette måltidet. Mange har stor forskjell mellom hverdagsmaten som kan være veldig enkel basert på fastfood og ferdigmat, mens helgematen skal være det lille ekstra. Flere bedrifter har kantine på jobben og spiser kanskje de fleste middagen på jobb. Mange går ut og spiser – enten kjøper noe man tar med seg tilbake til jobben, spiser noe mens man gjør et ærend i lunsjen eller spiser ute på et spisested. Tilbudene av raske og enkle måltider som kan spises i farta er enorm. Som et eksempel; 7eleven tilbyr i dag pølser, pizza, forskjellige supper (prøveprosjekt), pastaretter, bakst – you name it! Og de er bare en av mange aktører av fastfood-bransjen. Markedet er stort.

4.1.4 Mat

Inntro

Maten som råvare er natur, men som tilberedt rett er den kultur. Ved siden av å representere en bestemt kost, er den også symbol og meningsbærer. Å lage maten som man lærte “hjemme hos mor” sikrer kulturell tilhørighet og identitet (Mat: arbeid og kultur).

Som føde er maten også “urobjekt” for menneskelig arbeid - og dermed tett forbundet med samfunnsutviklingen. Fra å være produkt av selvforsyning (bruksverdi), er maten blitt en vare vi kjøper på markedet (bytteverdi). Med andre ord – vi produserer ikke maten lenger selv hjemme på gården. Vårt kosthold er ikke basert på det de lokale ressursene har å tilby. Vi kan hvis vi vil, kjøpe ferdige retter uten å være i kontakt med råvarene.

For at måltidet skal bli et godt måltid, må imidlertid matvarene tilberedes i hjemmet gjennom en rest av bruksverdi-orientert arbeid. Dette har tradisjonelt vært kvinners arbeid og har gitt grobunn for en særegen rasjonalitet i bruk av råvarene og tidsbruk. I dag hvor hun har blitt dobbeltarbeidende har dette fått store konsekvenser for kostholdet og matvarene hjemme. (I ytterste konsekvens er matlagingen hjemme representert ved kun å varme opp en ferdigrett som spises foran TV´n.)

Mat definert av kultur

Mat er en biologisk forutsetning for menneskelig liv, men dersom det å spise ene og alene var en ernæringsfysiologisk aktivitet, vil grunnlaget for denne oppgave vært svært liten.

Hvordan definerer vi hva som er mat? Hvis vi definerer mat utfra fysiologiske kriterier, og sier at mat er alle de organiske stoffer som kan fordøyes og gi oss næring – da blir menneskets mat-univers uendelig stort.

I praksis definerer vi hva som er mat innenfor langt mer snevre rammer. Hver enkelt kultur, religion, familie, enkeltperson, definerer hva som er mat etter sine egne regler. Hva vi vektlegger i vår vurdering av kvalitet, hva som vi synes er appetittelig, spiselig og ikke minst fristende, skal jeg komme mer innpå senere i oppgaven.

Mange er kjent med at jøder ikke spiser svinekjøtt, eller at muslimer hverken spiser svinekjøtt eller blodmat. De har strenge regler for slaktemetoder for å kunne spise kjøtt innenfor sin religion og kulturs regler. Hva de definerer som ikke spiselig innenfor deres samfunn, er deres mattabuer. De er svært bevisste på dette, men beveger vi oss utenfor mat i sammenheng med religion, ser vi at mattabuer også kan være mer ureflekterte og ubevisste. I Norge regner vi ikke insekter og larver som mat eller spiselig, mens i andre kulturer kan dette være en stor del av kostholdet – kanskje til og med en delikatesse. Vårt forhold til disse insektene er mattabuer som implisitt tilhører våre mattabuer – vi vurderer ikke dette som mat. Mattabuer blir dermed både det vi vet om, og det som vi overhodet ikke reflekterer over, men tar for gitt (Fra boknafesk til pizza).

Et samfunns utgangspunkt for sin matkultur

Norges matkultur er blitt til med blant annet nasjonens tilgang på råvarer. Disse har vært basisen i kostholdet vårt. I tillegg har kunnskap om råvarene og en kultur for eksperimentering og fornyelse vært viktig for utviklingen.

Hvis man ser bort fra det man har byttet til seg gjennom handel, har hver landsdel hovedsaklig benyttet seg av de råvarene som har vært tilgjengelig innenfor sitt distrikt. Man har opparbeidet seg en unik kunnskap om sine råvarer og hvordan man utnytter disse best. Rettene som er blitt til er en del menneskenes kultur. De har vært forbundet med ulike distrikter, årstider, gjøremål og stemninger.

Sesongrelaterte råvarer la grunnlaget for og var med skape tradisjonelle retter til de ulike sesongene. Får-i-kål er en typisk høstrett som er blitt til med at slaktingen av sau og lam er samtidig

med når kålen taes opp. Bruken av ulikt viltkjøtt har sammenheng med de ulike jaktseongene. Bedre restauranter er i dag blitt mer bevisste over den store tilgangen på råvarer året rundt, og de har innført menyer som bruker de “naturlige” sesongråvarene. De er i større grad enn vanligere forbrukere, opptatt av å bruke de beste råvarene som man finner i den naturlige dyrkingsmetoden, samtidig som de ser det som et poeng i seg selv å videreføre en del tradisjoner. Restaurantene skal ligge i forkant og også belyse matsider i samfunnet gjennom sitt engasjement for mattradisjoner. Det finnes mange kokker i Norge som har tatt på seg denne oppgaven.

Den moderniserte matvareindustrien

Den moderniserte matvareproduksjonen har ført til at vi har en større tilgang på et stort antall råvarer året rundt. Dyrkingsmetoder og import av varer fra andre land har vært med å gi oss flere typer råvarer. Matvareindustrien kan også tilby oss mange råvarer hele året som før var sesongavhengige. Råvarene kan fryses ned i fersk tilstand, eller dyrkes fram under slike forhold at vi har gjort oss uavhengige av naturgitte forhold. Vi har klart å skape vekstforhold som bare naturen på sitt mest gunstige kunne tilby før. Vi har gjennom blant annet genmanipulasjon klart å påvirke dyr, planter og grønnsaker slik at de vokser raskere og gir oss en sikrere og mer stabil matindustri.

Mattilbredning basert på råvarer

Hvis man ser at råvarene i større grad er blitt sesongavhengige, bør man også se på det som kjennetegner matlaging basert på råvarer.

Råvarene inneholder ulike stoffer som kroppen vår er avhengige av. Hver kultur har opp i gjennom historien utviklet et naturlig system på hvordan de har fått dekket sine ernæringsmessige behov. Klimatiske forhold og tilgang på råvarer har sammen lagt grunnlaget for kulturens kosthold. I Norge lærer vi at et naturlig variert kosthold inkludert grønnsaker, frukt, korn, melk, fisk og kjøttprodukter skal dekke det behovet vi har for å få i oss de stoffene vi trenger.

Råvarene har ulik form, farge, konsistens, smak og inneholder forskjellige stoffer kroppen trenger. Det finnes ulike tilbrekningsformer av varene. Disse er mye basert på råvarenes iboende egenskaper som smak og hvordan de oppfører seg i forhold til ulike mattilberedningsteknikker og andre råvarer. Vi snakke om en råvare som har smak og konsistens som noe “stabilt” – en markant påvirkning på ulike retter i ulike kulturer: En gulrot kan ikke koke ubegrenset før den går i stykker, uavhengig av landets

matkultur og hvilke andre råvarer gulroten tilberedes sammen med. Gulroten har også i varierende grad en søtlig smak og er rik på C-vitaminer.

Ulike sammensetninger av råvarer og bruk av koketeknikker skaper ulike smaker og retter som varierer mellom forskjellige samfunn; råvarene kan kokes, dampes, stekes, tørkes, røkes osv. Blandingen av ulike råvarer skaper et overordnet smaksbilde som består av mange smaker basert på de ulike innslagene i retten. Krydder og urter er med å forsterke smakene. Tilberedningsteknikkene er med å bringe råvarene fra natur til kultur – vi tilfører “det menneskelige krydder”, som Sten Andersson kaller det i “Matens roller”.

Råvarer som basis



ill.15 Matvareprodusentene har gjort det enklere for oss å servere pasta med pastasaus. Valgmulighetene gir deg følelsen at din favorittsauce finnes.

Mat laget på råvarer er basis for all matlaging. Ferdigretter er også selvsagt basert på råvarer. I tilberedningen av en matrett kan vi bruke forskjellige matvarer som enten er i sin rene “opprinnelige” form, eller er blitt utsatt for en eller annen slags forbehandling. Vi kan kjøpe en pose med grønnsaksblanding som er forvellet og nesten kokt ferdig på forhånd, for bare å varme disse opp. Det er også mulig å kjøpe grønnsakene ferske og lage sin egen grønnsaksblanding. En matrett kan være en blanding av ulike rene råvarer, halvfabrikata og ferdigmat tilberedt på

forhånd. Noen foretrekker å kjøpe fersk pasta som de serverer med en ferdiglageret pastasaus. Andre vil kanskje koke tørket pasta, men lage sin hjemmelagde pastasaus.

Samfunnsendringer som har skapt nye spisetilbud

Samfunnsutviklingen har ført til et kulturelt brudd i de norske matvanene. Kvinnene er ikke lenger hjemmeværende og lager mat som er klar til resten av familiemedlemmene kommer hjem fra jobb og skole. Samfunnet har i større grad blitt urbanisert. Mange som ikke bor i byene er blitt avhengige av en eller annen pendleform inn til arbeidsplassene – til tettsteder og byer. Reisen til og fra jobben tar mye tid for disse menneskene. Bensinstasjonenes mattilbud langs ferdelsårene vitner om hvor mye mat som spises på vei til og fra ulike plasser. Det er enkel fastfood som kan spises i bilen.

Vi ønsker fortsatt å spise hjemme, men har mindre overskudd til å lage maten slik vi har vært vant med fra tidligere, og vi vil gjerne spare inn tid på hverdagslige og rutinepregede arbeidsoppgaver.

Som tidligere nevnt har den moderne matvareproduksjonen gitt oss mulighet for en større variasjon i kostholdet

Vi har tidligere også basert oss på “halv –og helfabrikata”; spekemat og flatbrød ble laget opp for lange perioder i det norske selvforsynte naturhusholdet på 1800-tallet. Men den gang var denne tradisjonen basert på en konserveringsform man var avhengig av for å klare seg gjennom året. Kjøtt og fisk måtte utsettes for de ulike konserveringsformene for å holde seg for lange perioder når råvarene var årstidsbestemte og det ikke fantes for eksempel fryser.



ill.16 Boksemat – en gammel klassiker?

Det var de råvarene man hadde tilgjengelig på stedet man bodde og eventuelt råvarer man kunne bytte til seg, som var basisen i kostholdet. Ulike konserveringsformer gjorde det mulig å ha tilgang på en del råvarer året igjennom, mens noen var begrenset til å spises til bestemte årstider. Dette har som tidligere nevnt, vært med å påvirke ulike kulturers mattradisjoner.

Innførsel av råvarer fra andre land, har tidligere vært mer å regne som “luksusvarer” for pengesterke mennesker som har ønsket disse varene hovedsaklig til spesielle anledninger. Borgerskapet hadde råd til å kjøpe disse “luksusproduktene”, og de kunne vise sin distanse til klassene under seg og hevde seg blant sine egne.

Etterhvert har de store klasseforskjellene i større grad blitt utvisket (i hvertfall i forhold til hvordan det var på 1800-tallet), middelklassen har vokst fram som den største menneskegruppen. Denne gruppen har generelt fått høyere levestandard med årene, og har blitt den dominerende parten innen kjøpskraft.

Med bedre transportmidler mellom distrikter og land og en mer økonomisk sikker og lønnsom matvareproduksjon for distribusjon og eksport, øker bruken av flere råvarer. I dag er matvareindustrien gått så langt at “alt” er tilgjengelig “overalt” og “ingenting” er avhengig ulike årstider.

Halvfabrikata

Halvfabrikata er noe som har eksistert lenge i matvarebutikkene – helt siden hermetikken. Produktene har vært et bidrag til å lette tilgangen på råvarene. I moderne tid ser vi at suppe –og sausposer er gode eksempler på varer som er godt etablerte i butikkenes assortiment. Posesuppen er selvskreven mat på hyttetur. Suppen er også et raskt og enkelt måltid å tilberede hjemme etter jobb.

Oppskriften kan følges helt slavisk, man kan eventuelt følge et forslag som står på posen om hvordan den kan gjøres litt mer spennende, eller man kan bruke posen som en basis for å utvikle sin egen variant.

Ved siden av supper og sauser, finner vi ferdigstekte kjøttkaker, fiskepinner, grønnsaksblandinger osv. En middag kan bestå av både halvfabrikata, ferdigretter og ingredienser basert på råvarer. Halvfabrikata gir oss til en viss grad mulighet for å påvirke maten med et personlig preg.

Halvfabrikataprodusentene har gjort den grovste og tyngste jobben for oss, slik vi kan konsentrere oss om sammensetningen av retten og det som er igjen av tilberedelse.



ill.17 Fjordlands mange ferdigmiddager strategisk plassert i kjøledisken.

Helfabrikata/ferdigmat

Ferdigmat har også vært på markedet en lang stund; boksemat, frossemat for oppvarming i stekeovn eller mikrobølgeovn, er middagsvarianter de fleste har spist mange ganger. Men disse rettene skiller seg ut fra halvfabrikata ved at de er ferdige som en hel matrett – de skal bare varmes opp.

Ferdigmat har fått en økende andel av matvaremarkedet. Stadig flere bruker dette, stadig flere gjør dette oftere. Med

et økende marked og behov, har også tilbudet blitt bedre og mer varierende i hva vi tilbys. Flere har ønsket seg ferdigretter som er ferskvare. Mange er skeptiske til bruken av konserveringsmidler som gjør at maten kan holde seg så lenge. Ferske retter høres mer fristende ut på mange måter for et mer kresent ferdigmatkonsumenter.

Fjordlandproduktene er de største i norske dagligvarebutikker som tilbyr en rekke ulike ferdigmiddager som er ferskvarestemplet. De ulike ingrediensene ligger i separate plastposer som legges i kokende vann. Etter 10 minutters koking, taes de opp og klippes hull på posene for å danderes på middagstallerkenen. Det er alt fra tradisjonelle norske middager som kjøttkaker, laks og svinestek, til mer eksotiske retter fra det italienske, meksikanske og indiske kjøkken. Noe for enhver smak.

Dette har vært et satsningsområde for leverandøren som har markedsfører disse produktene aktivt gjennom ulike media. Emballasjen har fått en pris for lekker og appetittvekkende design.

Pakkene er posjonert til en persjon. Det er selvfølgelig fullt mulig å kjøpe to pakker og spise sammen med en annen, men den største kundegruppen er nok de som ønsker seg en rask middag alene. Men gjennom reklamen bruker Fjordland allikevel måltidets karakteristiske fellesskap som et virkemiddel for å vekke interesse for produktene deres. Et eksempel er sønnen som har besøk av moren sin og serverer henne kjøttkaker i brun saus.

Rettene blir dyre å spise i lengden (de koster mellom 40 og 50 kroner pr. pakke), men for personer som spiser lite hjemme og dermed har lite mat i form av råvarer i kjøleskapet, kan ferdigmaten sørge for at man kan spise retter som man aldri ville ha laget til seg selv ellers.

4.1.5 Måltidet

intro

Måltidet representerer en av de viktigste former for menneskelig samkvem. Det har alltid hatt en sentral plass innenfor ulike viktige begivenheter hos forskjellige samfunnsgrupper - om det er i en innvielsesrite i den sør-amerikanske jungelen eller et bryllup i en norsk småby (Gastronomi).

Måltidet er det mest direkte og konkrete uttrykket for "fest". I det norske bondebryllupet på 1800-tallet stod maten i sterk fokus under den tradisjonelt tre dager lange festen. I vårt århundre har maten fortsatt en sterk rolle i vår markering av fester og sermonier. Hva hadde vel Julen vært uten julemat? I det daglige måltidet har spesielt middagen vært 1900-tallets mest naturlige samlingsted for de norske familiene.

Reglene for bordsetting og samling av ulike kjønn, aldersgrupper og sosiale lag, har vært forskjellig innenfor ulike kulturer. Som nevnt under Måltidets plass i hjemmet, kunne måltidet også være det som var med å understreke din stand i det samfunnet du tilhørte.

Måltidet – matens arena

Teknisk sett kan vi spise hvor som helst og når som helst på døgnet. I praksis har vi innenfor hver kultur allikevel praktisert spising etter noen skrevne og uskrevne regler. Det for eksempel å spise på do oppfattes av de fleste som ekkelt og uappetittelig, mens det å spise i senga kan gi oss gode assosiasjoner. Frokost på senga

ved bursdager eller overraskende frokost servert av kjæresten, er spesielle måltider som er innlemmet i vår kultur og som vi har et spesielt forhold til. Det finnes en del kulturelle regler for hvor – og når vi spiser, og til hvilke anledninger. De ulike måltidsformene og matarenaene representerer ulike gjøremål og følelser.

Grovt sett finnes det to forskjellige arenaer for spising; den private og den offentlige. I tillegg finnes det en del spisesituasjoner som er noe midt i mellom. Dette gjelder blant annet spising hjemme med besøk av gjester og spising ute på kaféer med utpreget "hjemlig" interiør, atmosfære og "hjemmelaget" mat.

Der hvor mulighetene for slik variasjon er tilstede, viser det seg ofte at ulike arenaer får ulike funksjoner. Hjemmet er også delt inn i ulike funksjoner. Kjøkkenbordet hjemme har tradisjonelt vært forbundet med hverdagsmaten, mens spisebordet i stua/spisestua har kjennetegnet fest og høytid.

Måltidets regi i form av sted, tid, hva som serveres, hvordan maten tilberedes og serveres, hvem som deltar i måltidet – alt dette er med å fortelle noe om aktørens status, rolle, og om deres innbyrdes sosiale relasjoner. Men samtidig er alt dette kulturelt betinget; tradisjoner og betydning av de ulike måltidsformene kan være forskjellige. Det å spise alene kan være uttrykk for ens sosiale relasjoner; man er kanskje ikke ensom – men blir oppfattet som det. I andre sammenhenger, andre kulturer, kan det å spise alene være tegn på ærbarhet og respekt.

Matens mening innefor ulike måltider

Ethvert måltid kan betraktes som en bestemt kombinasjon av karakteristiske med henhold til tid, rom og sosial dimensjon. Over tid kommer visse strukturer til syne som markerer tradisjoner og vaner for en gruppe mennesker. Bestemte matvarer og bestemte tilberedningsformer og kombinasjoner gjentas med en viss regelmessighet. Disse repitisjonene er igjen knyttet til sosial kontekst i form av tidspunkt, sted og personer som deltar i måltidet. Strukturen av repitisjoner og variasjoner, utgjør sammen med matvarene som er i bruk – kulturens spisemønster (Fra boknafesk til pizza).

Innenfor vår egen kultur vil vi raskt fastslå at en kake med levende lys forteller at her feirer vi bursdag. Antall lys på kaken forteller hvor mange år bursdagsbarnet blir. Tidspunkt på døgnet for feiringen kan også fortelle oss en del. Hvis feiringen av en barnebursdag er om kvelden med barn og voksne tilstede, kan man anta at barna og de voksne hovedsaklig er slektninger; fettere, kusiner, tanter og onkler osv. En feiring på kvelden er ikke den tradisjonelle rammen

for et barneselskap med inviterte barn fra nabolaget og skolen. Vanligvis feires barneselskap på dag –og ettermiddag.

Visse former å spise på blir symboler på visse former for sosial kontekst. Dette kalles matens grammatikk; et sett med regler og symboler som innenfor et matkultur gir spisingen og handlingen innenfor måltidet en mening som aktørene kan forstå (Barthes, 1979).

Kunnskap og individuelle valg

Vår viten om matens mening i forskjellige sammenhenger, om forbindelsen mellom mat og sosial kontekst – påvirker menneskers matvalg til ulike anledninger. Vi kan ha kjennskap til flere alternative måter å strukturere mat – idet ulike matkulturelle normer kan eksistere parallelt innenfor et og samme nærmiljø.

Hva man velger å servere og hvordan, kan være en måte å uttrykke sin egen identitet og sosiale tilhørighet til en gruppe eller verdier man ønsker å identifiseres med. Valget du foretar innefor en kulturs normer, regler og valgmuligheter, framhever din individualitet. Du kan servere noe enkelt, trygt, forutsigbart – noe “vanlig”, eller du kan servere noe mer sjeldent, noe som krever spesiell kunnskap for at du i hele tatt skal være istand til å tenke på å servere det. Kanskje krever denne maten kunnskap som gir deg ekstra status ved at du er i stand til å lage dette. Med kreativitet og matkunnskaper er du med å markere et skille fra noen grupper og søke tilknytning til noen andre.

I praksis blir kulturelle regler om hvordan maten skal være sjelden fulgt til punkt og prikke. Man er til stadighet nødt til å inngå kompromisser mellom flere hensyn. Økonomi, tidspress, individuelle preferanser og tilgjengelighet er noen faktorer som påvirker våre ønsker om å servere maten innenfor noen matkulturelle rammer. Småbarnsforeldre har et genuint ønske om at middagen skal være familiens møtepunkt. Men de er nødt til å ta hensyn i forhold hvor mye tid og krefter de har til å servere maten slik de ønsker, de er nødt til å ta hensyn til barna og hva de liker. Dette er eksempler på kompromisser i matveien.

Når vi snakker om tradisjoner som har vært gjeldende innenfor en kultur og et samfunn, så er disse basert på visse observasjoner av konkret handling hos mange mennesker. Gjentakelser av handlinger og sammenhenger mellom måltidsarena, anledning, aktører og type sammensetning av matvarer, kan gi en pekepinn om underliggende regelverk. Disse gjentakelse som riktignok brytes i ulike former og varianter, danner allikevel i grove trekk en kulturs tradisjoner.

Når det er sagt, så er et samfunns matkultur ikke noe fastlåst og statisk. Forandringer i jobb og familiesituasjoner, vareutvalg og priser, globalisering og tettere kontakt med fremmede kulturer er med å forandre vårt syn på vår egen mattradisjon.

Kjernefamilien praktiserer fortsatt

Kjernefamilien praktiserer fortsatt middagen som en samlingsstund, men det slår oftere sprekker på grunn av et nytt fritidsmønster for barna (Gastronomi). Foreldrenes arbeidssituasjon avgjør også om de kan stille opp til et felles måltid hver dag.

Den positive siden ved familiemiddagen er fellesskapet rundt bordet - familien har mulighet til å samles og utveksle informasjon og vise sin interesse og omsorg for hverandre. Men denne stunden er også da foreldrene kan demonstrere sin autoritet mot barna. Og barna kan bruke stunden til å sette seg opp mot foreldrene. Trusler og lokking kan bli brukt for å få barna til å gjøre det foreldrene vil – for

å bevare den stemningen som de ønsker at måltidet skal representere: “spis opp maten din, ellers så...!” Stemningen rundt bordet hos ulike familier har selvfølgelig vært forskjellig, men matro og at man skal ha det koselig når man spiser, har nok vært noe mange har verdsatt.

Innenfor travle moderne familier hvor begge er i arbeid, blir måltidene sårbare situasjoner som fort nedprioriteres i kvalitet og tid. Barna skal bringes og hentes i barnehager og på skoler.

Kanskje er det kun en av foreldrene som

har ansvaret alene for barna. Men om foreldrene har det travelt, så har de likevel dette genuine ønske om at middagen skal være det faste samlingspunktet for familien. Dette har vært en av flere dominerende faktorer som har lagt grunnlaget for modernisering og forenkling av matvarer og tilbredelsesformer. Halv –og helfabrikata gjør det lettere å lage middag og dermed ta vare på tradisjoner og verdier som man selv er vokst opp med.

I familier hvor barna har blitt litt eldre, ordner mange seg oftere mat på egenhånd både moregen, middag og kveld. Familiemedlemmene kommer oftere hjem til ulike tider ettersom samlingsstund til felles middag har fått en svakere posisjon nå enn for bare et par tiår siden. Mange har kanskje spist på skolen, på jobben, på veien hjem. Måltidet hjemme har fått sterkere konkurranse i mat som tilbys på offentlige spisesteder; kiosker, bensinstasjoner, gatekjøkken, matvarebutikker, kaféer og restauranter. Og nå beveger



ill.18 Narvesens baguette- og pølsebod. En av mange som tilbyr oss fastfood.

jeg meg inn i kjernen av et komplekst bilde av vår måltidstradisjon. Om det er på hjemmebane eller på offentlige spisesteder, så er det ingen enkel forklaring på mat -og måltidstradisjoner. Det er en sammensatt situasjon som hele tiden forandrer seg i samfunnets forøvrige dynamikk og utvikling. Men over tid det mulig likevel å se noen tendenser.

Hvordan møte utfordringne?

Det er en stor utfordring for moderne familier i dag og samles til felles måltider i hverdagene. Dette krever mye av begge parter i et forhold – også av barna. Hvor lang tid som skal settes av til denne samlingsstunden og hva som skal serveres, har heller ingen enkel fasit. Tiden er avhengig av arbeids –og skolesituasjon for de voksne og barna. Tiden er også avhengig av prioritering. Hva som skal serveres og inntas er en kompleks avgjørelse; hva kan man lage, hva er man vant med, hva blir man tilbudt i butikkene og til hvilken pris? Er det viktigere å spise noe enkelt og ferdiglaget fra en butikk, hvis dette er avgjørende for at familien oftere kan møtes? Eller er det viktigere at man legger vekt på at maten skal lages mer skikkelig på tradisjonelt vis – fra bunnen med utgangspunkt i råvarer? Halvfabrikata gjør det lettere å integrere flere i familien m.h.t matlagingen. 12-åringer kan være med å hjelpe til med middagen – de klarer å varme pølser og lage potetmos fra pakke.

Mange synes at det å lage maten basert på råvarer er for tidkrevende. Tiden det tar å lage maten fra bunnen kan resultere i at ikke alle har tid til å møtes til middagen? Snart vil kanskje ingen lenger lage maten på denne måten når det finnes så mange gode alternativer i halv –og helfabrikata?

Måltidets egenskaper

Måltidet har ulike kvalitative egenskaper. Den er rammen for sosiale sammenhenger hvor mennesker spiser og drikker sammen.

Mat som er tilberedt med kjærlighet og som man gleder seg til å servere og dele med andre, legger et godt grunnlag for sosialisering. Maten kan også være noe enkelt og lettvint som man har kjøpt i butikken på vei hjem. Hver situasjon har sine prioriteringer – det finnes ingen fasitsvar på hvilken type mat som er riktig å servere; den kjøpte ferdige, eller den hjemmelagde basert på råvarer. Det viktige er at man er seg bevisst over sine valg og konsekvenser av valgene. Markedskreftene er nådeløse; de gir oss det flesteparten vil ha – og mindretallet kan være veldig mange mennesker fordelt i et land!

Maten alene – om den er basert på hjemmelaget eller kjøpt

ferdigmat, kan ikke alene sikre et hyggelig måltid. Dårlig stemning rundt et bord gjør ikke den gode maten bedre – den dårlige stemningen tar snarere tvertimot fokus bort fra det man spiser. Samtidig som god stemning ikke alene kan redde smaken på dårlig mat!

4.1.6 Matvarebutikkene

Fra krambod til spesialforretninger

Norge er et land med få byer og utenfor byene lever vi rimelig spredt.

I bygdesamfunnet var det naturhushold og selvberging som preget gårdene og plassene. Det man selv ikke kunne skaffe av nødvendig proviant og utstyr kunne man bytte til seg på handelsplasser. Etterhvert som vi i Norge får en økonomi basert på pengehandel, så skjer det også mye med butikkene og vareutsalgene.

Skysstasjonen og krambodene var sosiale treffsted og nødvendige for kjøp og salg. Disse stedene hadde et “rikt” utvalg av det som folk måtte trenge i det daglige året gjennom – kaffe, kryddere, sukker, osv, men også fiskeutstyr, hamp, tjære og annet materiale til gårdsdrift etc. Selv i moderne tid ivaretar samvirkelaget i stor grad fortsatt noe av denne tradisjonen.

Med framveksten av byene, pengestyrte økonomi og virkninger av den industrielle revolusjonen, vokser det fram flere spesialforretninger. Bakere, skomakere, smeder, meieriutsalg, kjøtt –og fiskehandlere, for å nevne noen.

I dag er vi tilbake til butikkene som har “alt” under samme tak. Husholdningsvarene, de varene vi kjøper daglig, er samlet innefor matvarekjedenes butikker, mens andre produkter fortsatt i stor grad er å finne i spesialforretninger.

Egne kjøtthandlere, fiskeriutsalg, ostebutikker – spesialforretninger innen matvarer, er for det meste kun å finne i de større byene, mens bakeriet, gjerne kombinert med et konditori er veldig vanlig også på mindre plasser.

De typiske norske matvarekjedene tilbyr i grove trekk ulike matvarer – ferskt, frossent, og tørket, vaskemidler og utstyr for hjemmet og til kroppshygiene, blader og søtsaker, mineralvann og øl. Alkohol står i en særstilling i Norge; mange steder i landet har egne ølutsalg skilt ut fra matvarebutikken. Dette er det stedets politikere som bestemmer over. I tillegg tilbyr flere matvarebutikker varer som

vi tradisjonelt ikke har vært vant til å finne i denne typen utsalg; mobiltelefoner, kontantkort, bøker, CD-plater og blomster som noen eksempler.

Utvalget forandrer seg hele tiden i forhold til hva som selger bra og hva som byttes ut for eventuelt nye produkter. Forandringer i samfunnet, nye matønsker og behov fører til at nye produkter gjør krav på plass. Det å få til svar av en butikksjef at butikken ikke lenger fører en vare man spør etter, er slettes ikke uvanlig. Innenfor spesielt de som markedsfører seg som lavpriskjeder er vareutvalget under spesielt sterkt press; det som selger lite blir erstattet av andre varer. Det behøver ikke være varer som vi har sluttet å kjøpe, men som vi ikke kjøper så ofte.

Framveksten av kjøpesentrene

Som en del av den norske særegne spredte bosettingen, bor mange utenfor byene og tettstedene. Vi har en distriktpolitikk som også ønsker å ivareta grunnlaget for fortsatt befolkning på de mer avsidesliggende stedene i Norge.

På de minste plassene kan man i Norge ha én butikk som er en blanding av kramboden og de vanlige matvarebutikkene. Her får man varer man ikke finner matvarebutikker i byene. Det kan være apotekettjenester, fiskeutstyr, kjøkkenutstyr, sportsklær for å nevne noe.

I utkanten av større steder og byer finnes det kanskje et par kiosker, videoforretninger, bensinstasjoner, matvarebutikker og en kafé eller en enkel restaurant. Kanskje en kinarestaurant med en norsk meny?

I tillegg til disse nevnte butikkene har det vokst opp en rekke kjøpesentre som har satt sitt preg på by og land.

Kjøpesentrene utenfor byene ligger som oftest langs de mest trafikkerte veiene mellom hovedbebyggelsen og den nærmeste byen som mange har som arbeidsplass. Senterne har store parkeringsanlegg med gratis parkering, mange ganger under tak slik at man kan gå tørrskodd inn til butikkene. Her er de ulike butikkene samlet under samme tak – et slags stort “syd-europeisk” marked som skal dekke de fleste behov for kundene. Det er gjerne samlet flere matvarebutikker, konditorier, kaféer og spesialforretninger, etc. Senteret fungerer også som et sosialt treffsted for mange av brukerne. Menn som tradisjonelt ikke liker å gå i butikker kan gå rundt mellom butikkene, sette seg på en benk, gå på kafé. Her treffer man kanskje andre kjente som heller ikke liker å gå i butikker. (faren min pleier å sitte å vente ute i bilen...)

Alt er tilsynelatende fint og flott; man går under tak, varmt og godt, lett å parkere, flere forskjellige butikker er representert, de store populære lavpriskjedene er der, og det kan være sosialt. Men det har også vært mye kritikk av denne oppblomstringen av kjøpesentre. Man blir mer avhengig av å bruke bil for å komme seg til butikkene. Det hjelper ikke om det ligger aldri så mye på veien til og fra jobb – det blir allikevel en økning av biltrafikk med denne samlingen av butikker på disse stedene langs veien utenfor store deler av bebyggelsen. All handel foregår ikke alltid like strukturert på vei hjem fra arbeid.

Mange har også kritisert sentrenes manglende evne til å lage god arkitektur – det er store “stygge” kolosser med svære parkeringsanlegg som har plassert seg inn i kulturlandskapet.

En annen side er at leien er så høy for å komme inn, at det er kun de store kjedene som har råd til kjøpe seg inn. Sentrene blir på denne måten veldig like, men det synes kanskje de fleste er helt greit? Menneskene i nærheten av senteret bruker for det meste dette stedet og vil gjerne ha inn de store kjedene i butikklokalene. Et siste argument mot kjøpesentrene har vært at disse konkurrerer ut den tradisjonelle handelen som har foregått i byen. Handelsstanden i byene fortviler over utviklingen. Her har handelsstanden og politikerne store utfordringer.

En tredje aktør som har større makt enn man kanskje tror, er oss forbrukere. Det er vi som i stor grad er med å bestemme hva vi vil ha.

Men vet vi hva vi vil ha?

4.1.7 Serveringsbransjen de siste tjue årene

Den norske oppblomstringen innenfor serveringsbransjen

Serveringsbransjen i Norge har de siste tjue årene opplevd en kraftig oppblomstring, og det har vært ulike faktorer som har påvirket dette.

I 1983 kom en ny hotellov som endret kravene til å starte et serveringssted. Man behøvde ikke lenger ha fagbrev innen hotell – eller restaurantdrift for å få skjenkebevilgning. Norge hadde blant annet fått et politisk skille med en borgerlig regjering med Kåre Willoch som statsminister. Regjeringen la større vekt på å styrke grunnlaget for den private næringen, og ny hotellov var en del av denne liberaliseringen.

Kort fortalt har serveringsbransjen gått igjennom ulike faser og lovendringer som skulle rydde opp i en bedriftskultur som kunne være veldig amatørpreget. Nye krav har kommet fra internt i bransjen, fra politikere og brukere (gjester). Spesielt klager fra utenlandske turister som påpekte mangler på det norske nivået, la press på forandringer og oppgraderinger – en større profesjonalitet. Men likefullt, etter en slik utvikling i Norges serveringshistorie, med strengere krav til profesjonalitet og fagkunnskap, endret kravene seg til det mildere i 1983 og ytterligere i 1992.

Samtidig med ny lov i 1983, får Norge også en “jappetid” med grunderne som pøser inn kroner i disse tiltakene. Det blir med andre ord både med henhold til byråkratiske regler og finansiell støtte, lettere å satse på serveringsbransjen.

Når kravene til fagbrev ikke lenger var der, var det mange som så sin sjanse til å starte et utested. Mange steder ble startet alt for fort og vi fikk en rekke konkurser og eierskifter på slutten av 80-tallet. Spesielt var det de nyetablerte stedene drevet av uerfarne folk som gikk konkurs. Stedene ble ikke nødvendigvis nedlagt, men de kunne skifte eiere.

Mange av de som klarte seg i denne perioden var dyktige familiedrevne steder eid og drevet av utlendinger. Kinesere og italienere var tunge aktører i bransjen i Oslo. I likhet med “etableringen” av serveringsbransjen i Kristiania på 1800-tallet, var det igjen utlendinger som var dyktigst i bransjen (Vertskap i Norge. Norsk hotell og restaurantvirksomhet gjennom tidene).

Til tross for konkursene, – bransjen hadde fått et løft gjennom denne satsningen. Gjennom 80-tallet øker antall serveringssteder fra 2439 i 1980 til 4596 i 1990, mens det foregående tiåret, fra 1970-1980 hadde vært en økning fra 2295 til 2439 skjenkesteder (På kafé i Norge, en SIFA rapport 1995). Økningen var størst i Oslo som ikke hadde hatt noen nevneverdig økning på 70-tallet, men som fikk en fordobling på 80-tallet fra 286 til 551 skjenkesteder.

Flere steder og nye ønsker

Folk beveger seg på 80-tallet fra mer tradisjonelle restauranter og puber, til kaféer og fastfood-tilbud. Spisevaner endrer seg og folk ønsker også mer uforpliktende steder som først og fremst er et avslappende sosialt treffsted og ikke et tradisjonelt spisested.

I denne perioden øker Norge sin kontakt med resten av verden gjennom handel og folks økende reisevirksomhet. Norge er blitt en olje-nasjon, hotellene og enkelte restauranter er blitt en del internasjonale kjeder, innvandringen øker. Oslo ønsket å stå fram som en kongress-by, og med kongressene gjorde mange utenlandske forretningsfolk stort belegg på hotellene. Hotellene ble utbygget og nye kom til for å ta imot forretningsreisende og mennesker fra en økende turisme. Flere nordmenn hadde sett hvordan nivået var på hoteller, restauranter og kaféer i andre land. Nordmenn ble mer kravstore samtidig som de begynte å bruke serveringsbransjen oftere. Vi var som i så mange andre grener en ung nasjon og “nybegynner” også innenfor bruken av serveringsbransjen.

Forenklet sagt kan man si at Norge er blitt mer og mer kontinentale med årene og vi har i økende grad begynt å bruke serveringsbransjen som et sosialt treffsted i stedet for det vanlige hjemmebesøket. Vi spiser også mer ute på kaféer og restauranter. Men dette er først og fremst et byfenomen, og spesielt blant de yngre og de med høy utdannelse. SIFA-rapporten fra 1995 viser at de største brukerne av steder som serverer alkohol, er også de som oftest går på kino og konserter. Med andre ord de som oftere benytter seg av de offentlige sosiale tilbudene. Disse menneskene bor sentralt fordi de bruker byrommene mye mer. De har venner og kolleger som hovedsaklig er i samme situasjon. Det er mennesker som utsetter det å stifte familie, men de flytter ofte ut av byen til mer barnevennlige boligstrøk når de har etablert egen familie (Aftenposten, 1 april 2000).

I England er “de nye enslige” (The New Singletons) en stor gruppe mennesker som ønsker å gjøre ting slik de vil, når det passer dem. De vil ikke inn i parforhold full av kompromisser – de vil leve enslig med sin frihet (Bergens Tidende, 2 april 2000). I 1961

utgjorde enslige menn og kvinner 10 prosent av Storbritannias husholdninger. I dag er tallet 30 %, og tallet vil bare øke. Disse "enslige", er blitt en betydelig pressgruppe på hva samfunnet tilbyr av varer og tjenester. Veldig mange har god utdanning og godt betalte jobber, og har dermed også større frihet til å klare bo – og levekostnader alene.

I London er Marks & Spencer først ute med å spesialisere seg på mat til generasjonen av enslige. I lunsjpausen fylles handlekurvene med ferdigretter med kylling, pasta, salat og dressing – gryteferdig i samme emballasje. På restaurantene ser man langt oftere at mennesker sitter alene og spiser med en avis eller magasin som selskap.

Kjeder og globalisering

Med en økende globalisering får vi i Norge flere mat- og restaurantkjeder som vi kan finne igjen i andre land, blant annet McDonalds, Burger King, Dolly Dimples. Fastfood-kjeder med forutsigbare populære produkter. Disse kjedene er store nok til å ha råd til å etablere seg i andre land, og de har gjennom sin størrelse, sitt enkle konsept og folks kjennskap til dem, en stor sjanse for å lykkes på nye steder. Mange av disse har fått status som institusjoner og ikoner for en del verdier og drømmer. McDonalds har for eksempel gjort overraskende stor suksess i det raffinerte kjøkkenets hjemland – Frankrike. Her ble McDonalds markedsført som et lettvinnt måltid for karrierkvinner. Kjeden ble også veldig godt mottatt i Russland. Kundegruppen her (i 1995) er nesten utelukkende voksne, etablerte mennesker. Gjennom den amerikanske totemretten -hamburgeren, inngikk russerne et symbolsk fellesskap med den amerikanske kulturen – en spennende og "syndig" luksus. Den amerikanske hamburgeren representerer drømmen om et annet liv. Hele livsstilskonseptet glir inn og blir en del matopplevelsen (Nytelse, næring og kultur).

Serveringsbransjens ulike oppgaver

De offentlige skjenke – og serveringsstedene; restauranter, kaféer, puber, barer, hoteller, osv har en rekke funksjoner og dekker mange ulike behov i samfunnet. De kan tilby mat og drikke, alkoholrus, overnattingsmuligheter, møte – og konferansested, tilby underholdning og være et sosialt treffsted for ulike mennesker. Selv om vi har mest positive opplevelser og tanker om serveringsbransjen, så er bransjen også forbundet med negative sider. Alkoholserving er forbundet med ulike problemer for enkeltindividet (helsemessige og økonomiske), samt problemer for samfunnet som helhet (bråk, uorden, kriminalitet og vold)

Samfunnet har dermed et stort ansvar når det gir disposisjoner til skjenking av alkohol. Det har satt en streng regelsetting for å ha mest mulig kontroll over hvordan vi skal forholde oss til alkoholen og dens virkning. Reglene forteller også hvordan de som driver skjenkestedene skal forholde seg skjenkingen og gjestene. Det er for eksempel ikke lov til å være synlig beruset når man bestiller alkohol i Norge. Brudd på noen av skjenkereglene kan medføre at stedet mister bevilgningen.

Med flere ulike konsepter, henvender serveringsbransjen seg til en bredere gruppe av brukere. Når vi kan velge mellom mange steder får vi større mulighet til å signalisere hvem vi er blant den store massen brukere.

Vi opererer med ulike sosiale treffsted, og som et alternativ til det tradisjonelle hjemmebesøket, kan vi møtes på en kafé eller en pub. Vi må betale litt ekstra for å bli servert, men de fleste synes det er verdt det. Det gjelder like mye å se på mennesker, bli sett av de andre, samt et sosialt treffsted. Det å bli observert på et bestemt sted kan gi signaler om at man trendy, at man er en del av en gruppe mennesker mange ønsker å identifisere seg med.



ill.19 Kravene til antrekk og serveringsbransjens syn på seg selv, har forandret seg en del de siste ti-årene.

Unge menneskers nye ønsker og behov

Satsningen på serveringsbransjen på 80-tallet legger grunnlaget for mange ulike serveringskonsepter. Man kan snakke om mange ulike retninger og trender som går parallelt. Flere restauranter satser på mer kontinentale interiører og eksotiske menyer, man beveger seg bort fra de mer tradisjonelle menyene som kunne være en blanding av norske, tyske og franske retter. Wierersnitzelen må du på veikro for å finne! Interiøret spiller en viktigere rolle – folk ville ha mer enn mat og drikke – de vil ha atmosfære som legger grunnlaget for en avslappet og uforpliktende stemning. Samtidig som det på 80-tallet kommer eksotiske innslag i restaurantene, er det også flere som henvender seg mot de norske råvarene, de tradisjonelle rettene – de vil bringe fokus over på den kvaliteten vårt eget kosthold innebar. Parallelt med fokuset på det norske hersker det også en kritikk av vårt eget kjøkken – vi kan ikke behandle råvarene våre skikkelige, spesielt ikke grønnsakene.

Kinamat og pizzarestauranter med italiensk -eller amerikansk vri har etablert seg og blitt en av de største aktørene i spisebransjen. Fastfood var kommet og blitt tatt godt imot av nordmenn – Norge var for tjue år siden moden for større variasjoner. Ikke minst vokser kafénæringen kraftig. Kaféen brukes oftere; den har ikke spiseplikt, men kan også tilby enkle småretter og “nye” kaffedrikker som cappuccino, caffè latte og espresso. Kaffen blir motedrikk.

I dag er det utrolig mange kaffebarer som har vokst fram i de fleste største byene i Norge. Her sitter mange om morgenen og tar morgenkaffen og avisen på kaffebaren i stedet for hjemme på kjøkkenbordet. Små kaffebarer i mange av gatene med faste brukere/stamgjester, er med å gi stedene en spesiell atmosfære. Det blir prestisje i å servere den beste kaffen, noe du kan lese i utallige “best i test” avisreportasjer.

Ulike serveringskonsepter og livsstilsprosjekter



ill.20 Kaffebarer – uforpliktende og populære treffsteder.

Det er slått fast at de største brukerne av bransjen befinner seg i byene og naturlig nok er utvalget størst der. Det har blitt viktig å skille seg ut og være unik for å trekke til seg de menneskene man ønsker på sitt serveringssted. I likhet med kundene som posisjonerer sin identitet gjennom blant annet bruk av ulike utesteder, må også serveringsstedene fokusere på sitt konsept for å fortelle hvem de er, hva de kan tilby av unikt produkt i forhold til konkurrerende parter, og hvem de ønsker som kunder. Man ønsker å bli identifisert med visse verdier og kvaliteter. Mange steder har et ønske om å være spesiell og unik. Kunne tilby noe nytt – noe som gir stedet oppmerksomhet og kunder, eller tilby en kombinasjon av kjente ting.

Men stedet må ha kvaliteter som tåler tid; menneskene må få lyst til å komme tilbake. Noen klarer dette.

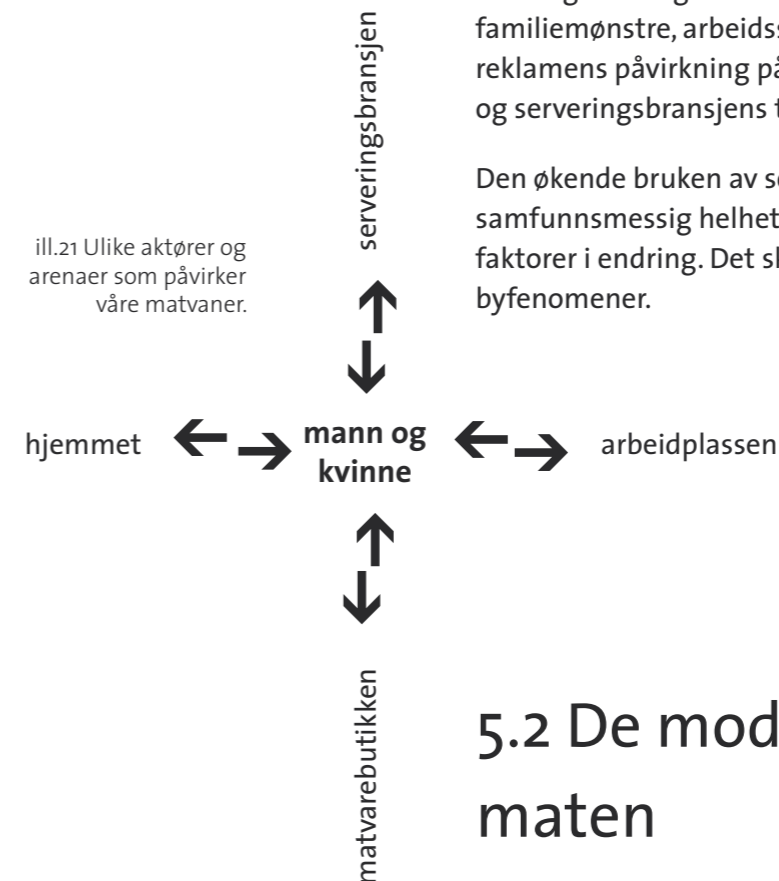
5. Drøfting

5.1 innledning til drøfting omkring hverdagsmåltidets rolle og forandring

Jeg påstår i min hypotese at den sosiale rollen som måltidet har hatt i hjemmet, i økende grad er blitt tatt over av serveringsbransjen. For å belyse dette har jeg så langt i oppgaven sett på ulike aktører som påvirker vårt forhold til hverdagsmiddgen primært. Jeg har også belyst en del arenaer hvor måltidet inntas.

I den følgende drøftingen vil jeg se ytterligere på hvordan hverdagsmiddagen har blitt påvirket av vårt forhold til hjemmet, familiemønstre, arbeidssituasjoner, vareutvalget i butikkene, reklamens påvirkning på matvarer og matvaner, det offentlige rom og serveringsbransjens tilpasning til nye spisebehov.

Den økende bruken av serveringsbransjen må sees i en stor samfunnsmessig helhet, hvor de nye vanene er et resultat av mange faktorer i endring. Det skal også presiseres at dette er mest utpreget byfenomener.



5.2 De moderne råvarene og maten

De norske klassikerne da mor stod ved kjøkkenbenken

Mange av oss kan huske tilbake da mor var hjemmевærende og lagde middagsmat til pappa og oss barna. Vi kom hjem fra skolen og pappa hjem fra jobben til fast samlingsstund rundt middagsbordet. Dette var en ordning som blant de fleste fortonet seg som en helt “naturlig” og akseptert arbeidsfordeling. Pappa jobbet ute og tjente penger til familien, mens mamma jobbet hjemme og forvaltet

husholdningsøkonomien. Hun stod for matinnkjøp, kjøpte eller sydde klær til barna og ellers gjorde de praktiske gjøremålene som hørte med til et hjemms arbeidsoppgaver. Mor var den som var der og gjorde livet for oss barna ganske trygt – og helt sikkert for far også. Hun var den som la tingene til rette for at hjemmet skulle være den trygge rammen og forankringen i familiens liv.

Kjønnsrollemønstret og arbeidsfordelingen mellom hjemmets arbeidsoppgaver og det som foregikk utenfor hjemmet, var i de fleste familier klart fordelt og avklart. Dette var en del av tidens -og vår kulturs verdier og syn på kjønnene.

Vi kom hjem til ferdig middag på bordet i 4-5 tiden på ettermiddagen. Ofte visste vi hva vi skulle få – hver ukedag hadde i mange hjem helt faste retter; grøt på lørdag er en tradisjon som har vært gjeldende i nesten hele landet. Det var mange tradisjonelle retter som ble servert i de fleste hjem i Norge, selvfølgelig med en del regionale variasjoner. Norske råvarer var basisen i rettene. Vi kan se fra undersøkelser som er gjort hvilke retter som oftest har gått igjen i en norsk hverdagsmeny:

1. pølser – helst servert med kålrabistappe
2. kjøttkaker med ertestuing
3. fiskekaker med kokte eller revne gulrøtter
4. pannekaker fortrinnsvis med blåbærsyltetøy og suppe
5. kokt torsk med gulrøtter
6. risengrynsgrøt
7. lapskaus

(Mat: arbeid og kultur)

Én inntekt og lite rom for eksperimentering

Når de fleste familiene hadde kun én inntekt, begrenset også mors muligheter for variasjoner og eksperimentering i kostholdet. Råvareutvalget i butikkene, matkunnskaper, holdninger og tid til eksperimentering med maten påvirket variasjonen i kostholdet. Og det var økonomisk tryggere å lage det man behersket, framfor å bruke tid på å prøve nye ting som kanskje mislyktes.

Vi har opp gjennom historien vært glad i våre tradisjoner og kanskje i større grad holdt fast på det trygge gamle enn det å fornye oss.

Bare en liten del av det norske folk hadde vært ute og reist og opplevd andre matkulturer. Vi hadde få innvandrere som bragte inn sine matkulturer. Mediesamfunnet var ikke utviklet i samme grad som i dag. Verden ble ikke bragt inn i stua via TV-skjermen i det tempo som vi opplever nå. Fokuseringen på individualitet hadde ikke på langt nær samme rolle. Media skapte og formidlet “gruppefølelse” framfor individualitet. Det var mer “opplysningstid” framfor underholdning og det var vektlegging av store felles verdier.

Hverdagsmiddagen ble kanskje hverdagslig og selvfølgelig – vi tok den for gitt og glemte kanskje å sette virkelig pris på den? Merket vi forskjell når mamma hadde gjort litt ekstra stas på sausen, pyntet bordet, kuttet grønnsakene i nye former?

Så vi dette?

Smakte vi forskjell?

Kommenterte og skrøt vi av dette?

Hvis ikke, så ble det i allefall ikke like motiverende å prøve å gjøre noe med mattradisjonene. Kanskje mor kviet seg for å forandre maten fordi vi forventet så sterkt å få det vi brukte å få?

Hva skjedde med mattradisjonene når mor tok steget ut av kjøkkenet og inn i arbeidslivet? Tok mannen tilsvarende og nødvendig ansvar og del i arbeidet i hjemmet?

Utvidelse av vårt mattilbud

Når vi i dag takket være en stor moderne matvareindustri har klart å dyrke fram råvarer som før var begrenset som sesongavhengige, står vi overfor mange muligheter og valg.

Vi kan velge og vrake mellom råvarer året rundt. Retter som før var sesongrelaterte kan selvfølgelig lages året rundt. Vi får tak i råvarer som før ble regnet som ukjente eksotiske innslag i vårt vareutvalg, også hele året. Vi har tilgjengelig kunnskap og inspirasjon til å lage nye retter basert på ikke-typiske norske råvarer og oppskrifter. Ferske grønnsaker er tilgjengelig hele året. Utenlandske restauranter og matvarebutikker er blitt en naturlig del av de større plassene og byene i Norge. Vi reiser mye i andre land og opplever flere kulturer enn vår egen – vi blir mer åpne, får større toleranse for å prøve “nye” retter fra andre kulturer. Vi utvider vår egen matpalett.

Fårikål om våren

Hvis vi inkluderer halvfabrikata, ferdigvarer, ferdigmat, i tillegg til den store bruken av sesonguavhengige råvarer, fører dette til en type fremmedgjøring av maten og råvarene. Vi mister mye av den opprinnelige kontakten med tradisjonelle tilberedningsmåter av maten - og dermed en del av vårt lands kultur. Vi bruker ikke i samme grad de råvarer som har vært tilgjengelig innenfor vår matkultur til de forskjellige årstidenes sesonger. Det positive er at vi får større frihet til å lage disse rettene når som helst, men faren er at vi glemmer mange tradisjoner og særtrekkene ved vår matkultur. Fårikål er fullt mulig å lage året rundt. En villaks som vanligvis ble fisket på høsten, smakte bedre, var typisk for årstiden. Sesongpregede retter har mistet mye av sitt særpreg. Vår forventning mot noe som var typisk for en spesiell årstids meny, er blitt vannet ut i vårt ønske om tilgjengelighet året rundt.

Det som vi klarte å dyrke fram, og det som var tilgjengelig innen jakt og fiske, var en naturlig del av landets og kulturens natursystem. Rettene som ble laget av disse råvarene fikk man et spesielt forhold til, de ble en del av årets inndeling. Det ble typiske nasjonale retter og det var lokale spesielle varianter. Smaken på råvarene hadde også en helt annen karakter når den ble dyrket, framstilt, høstet og fanget i sine naturlige omgivelser.



ill.22 Tomater modnet på stilk, burde ikke dette være et krav til all tomatdyrking?

Form uten smak

Kravene som blir stilt til økonomisk forsvarlig produksjon fram til salget i butikkene har gått sterkt utover den opprinnelige smaken, formen og fargen på råvarene. Skal en tomat være lønnsom å dyrke fram og fraktes i store mengder i fersk tilstand helt opp til oss i Norge (fra for eksempel Spania, og siden videreformidles rundt i norske butikker), stilles det en rekke praktiske krav. Den må tåle



ill.23 Få varer, men dobbel pris tilbake hvis du ikke er fornøyd hos Kiwi.

reisen, og den må se innbydende ut når den kommer fram. Tomaten blir et resultat av menneskestyrt produksjon (- ja, jeg kaller denne utviklingen for produksjon. Når vi styrer alle leddene i råvareproduksjonen slik vi gjør i dag, blir dette "maskinell" produksjon.

Krav til fasthet og lik form skal gjøre at tomaten tåler frakten og behandlingen i butikken. Alle de som kjenner på, klemmer og forsyner seg med tomater i våre selvforsynte butikker, er en stor belastning for tomaten. Lik form, størrelse og til dels farge skal gi råvarene en stabilitet i en økonomisk kvalifisering og vurdering. Det skal også gi oss en betryggende følelse av at vi får det samme "garanterte" produktet hver gang. For, er vi ikke fornøyd kan vi levere varen tilbake og få dobbel pris tilbake. Dette lover Kiwi-kjeden oss i reklamen sin. De framstår som en liten kvalitetsbevist lavpriskjede som er opptatt at vi får topp produkter. Hva om jeg går tilbake til butikken og sier at bananen ikke er bøyd feil vei, men at den ikke smaker noe!

Hva da? For satt det på spissen – smak det teller ikke lenger!

Råvarene bedømmes ut fra estetiske kvaliteter og ikke deres karakteristiske naturlige smak. Sluttes vi å spise grønnsaker som er dyrket fram på en mer naturlig måte, glemmer vi hvordan den gode karakteristiske smaken kan være, hvordan naturen har påvirket smaken.

Jeg svartmaler det litt for å få fram sider jeg mener det er viktig å påpeke, for det finnes selvfølgelig (og heldigvis) de som ønsker å fokusere på de små ting som er med å avgjøre smaken og kvaliteten på råvarene de selger. Butikkjeden "Meny" har en serie reklame/opplysningsfilmer som de har kjørt nå noen måneder nå på nyåret 2000, her påpeker de nettopp de sidene som er med å prege smaken på råvarene. De fremstiller seg selv ved at de påtar seg det ekstra-arbeidet det er med å få bedre råvarer. Fritt gjenfortalt sier de om sitt arbeid: "... det er kanskje litt tungvint, men det er så mye som er lett vint". Og så avslutter de reklamen med logoen sin og slagordet (pay-off) sitt: "det er for lite kjærlighet i verden". Et utradisjonelt budskap i dagens matreklame, men utrolig viktig. De får fram nettopp de små ting som er viktige å tenke på når det gjelder matproduksjon og opplevelser med matlagingen.

Vi må behandle råvarene med respekt.

Ellers preges matreklamen av til dels kyniske markedsføring som "lurer" oss forbrukerne til å tro at vi får noe annet – noe bedre. Snart så tror vi på det unaturlige – det har blitt naturlig! Vi har snart

ingen referanser til opprinnelsen, vi slutter å kreve naturlig kvalitet, og bare gaper opp og ber om mer, svelger unna for å få plass til nytt, nyere – hot coming products!

De store valgmuligheters mørke bakside

I dag kan vi – om det er i Norge eller andre land, i mye større grad produsere råvarer med økonomisk lønnsomhet under andre vekstforhold enn det naturens egne begrensninger gir grunnlag for, og importmulighetene fra andre land blitt enormt store. Drivhus, kunstgjødsling, ugresssprøyting, fiskeoppdrettsanlegg, spesialfôr, spleising, genmanipulering, er ulike virkemidler for å øke matproduksjonen.

Vi har opp gjennom tidene spleiset for eksempel forskjellige grønnsaker for å få nye ønskede egenskaper, nye smaker, forbedre kvaliteter ved fysisk å “kryse” to beslektede grønnsaker. På denne måten kunne vi få nye råvarer som tilfredsstilte nye ønskede behov. Denne kryssingen er langt mer naturlig enn hvordan genforskningen i dag opererer. Med genforskningens muligheter kan man detaljstyre og manipulere detaljer i naturens råvarer slik at disse både mister sin “opprinnelighet” og vi mister kontrollen over den naturlige naturen. Noen vil si vi tar over kontrollen på det som naturen hovedsaklig har hatt kontroll over gjennom tusener av år. På noen få år har vi forandret mye av naturens råvarer, vi har forandret vårt syn på naturen som noe “naturlig”. Faren er at vi mister vår naturlig utviklede natur gjennom å ønske å beherske og kontrollere den etter våre skiftende tiders ønsker.

5.3 Ferdigmat

Intro

Jeg har ferdigmat som eget avsnitt innunder matdrøftinger fordi dette engasjerer meg såpass mye.

Jeg har ikke problemer med hverken å se ferdigmatens potensiale markedsmessig, eller at den kan være til hjelp for mange. Men jeg mener likevel at “beundringen” og bruken av den er for høy, tatt i betraktning over hva som kan lages raskt og enkelt av råvarer.

Ferdigmat basert på hjemmelaget oppskrift

Halv –og helfabrikatproduktene gjør at vi kan lage oss en “skikkelig” middag på kortere tid enn det vi tradisjonelt brukte

tidligere. At dette ikke helt stemmer er en litt annen historie; det tar faktisk ikke nødvendigvis lengre tid å lage maten fra bunnen av. Det krever en holdningsendring og en vilje til å planlegge måltidene litt mer.

Men travle mennesker og dyktige markedsførere har klart å lage en myte, en tro på at det tar lang tid å lage mat fra bunnen av. Det sier seg jo selv at dette er et godt utgangspunkt for å selge disse produktene. Selv tiden etter maten er forkortet; det blir liten oppvask av ferdigrettene – det blir mest søppel av mye lekker emballasje.

Ferdigrettene matvareprodusentene tilbyr oss baseres på en del tradisjonelle norske retter, men også en rekke retter fra andre lands kjøkkenkulturer. Vi får følelsen gjennom reklamen at bestemoren til meksikanske José har laget maten til oss. Matvareindustrien vektlegger at rettene er “basert på hjemmelagde oppskrifter”. Dette er effektivt salgstriks; alt er i bunn og grunn basert på hjemmelaget oppskrift – maten ble laget i hjemmet før den ble masseprodusert hos matvareprodusentene! Matretter “basert på gode råvarer” er også veldig lett å ty til som et salgsargument for matvareproduktene. Siden vi selv har mindre og mindre kontakt med råvarer, lyder matretter “basert på gode råvarer” som noe overbevisende, fristende og noe ensbetydende med god kvalitet.

Valget mellom alle disse ferdigrettene kan fremme vår personlige smak – vår individualitet kommer til syne gjennom de store valgmulighetene i tilbudet av matretter. “Etter at jeg var på reise i Sør-Amerika, fikk jeg smaken på det meksikanske kjøkkenet. Jeg liker disse rettene som er fargerike og sterke”.

Vi tilbys ferdigkonsepter som gir oss illusjoner om at vi “behersker” det indiske kjøkken, det kinesiske, meksikanske, italienske – det norske! Vi får muligheten til å lage maten hjemme på kjøkkenet vårt slik vi fikk den presentert på en utenlandsk restaurantkjede enten her i landet eller i et annet land på en ferietur. Vi kan være åpne og tolerante for andre lands matkulturer ved å varme opp typiske utenlandske retter. Vi kan drømme oss bort til fjernere himmelstrøk ved å spise utenlandske ferdigretter.

Matvareprodusentenes metaprodukter

Matvareprodusentene er nødt for å vinne marked for å tjene penger på sine produkter og tjenester. De største kjedene har råd til å pumpe oss full av strategisk markedsføring. Over tid, gjennom repeterende visning av matreklame, lar vi oss friste av deres produkter. Vi tror på nytten av disse. Vi liker stemningen de blir presentert i. “Uten” å tenke oss om har vi etter en kort stund

produktet i handlekurven, mens vi plystrer reklamefilmens melodi.

Nye produkter baserer seg på latente “behov” i samfunnet; markedsundersøkelser og erfaringer fra liknende produkter er med i forarbeidet til lanseringen av et nytt produkt. Man leter etter udekkede behov i markedet, man lufter idéer og får tilbakemeldinger på disse. Men behovene hos oss forbrukere blir også styrt av “kunstig” forkusering på nytten av de nye varene. Behovene for varene vi tidligere ikke har hatt, får fotfeste i markedet fordi vi tror de er nyttige, smakfulle og stemningsskapende (det er det reklamen forteller oss).

Disse like varene som blir markedsført uten å vektlegge produktets egenskaper, gjør dem til metaprodukter; en vektlegging av produktet som følelsemessig “produkt”. Denne stemningen formidles gjennom reklamen. Det er denne stemningen vi kjøper.

Mat har gjennom mye av reklamen gått fra å være et nytteprodukt – til et livsstilprodukt – verdier vi vil identifisere oss med!

Den uforpliktende ferdigmaten

Jeg har nevnt tidligere i oppgaven ulike faktorer som påvirker det tradisjonelle møtet hjemme til middag; nye mattilbud ute, nye arbeidsformer, kjønnsfordeling, osv.



ill.24 Frossenpizza – hele Norges favoritt. De bugner over i frysediskene i matvarebutikkene.

jeg.

Denne mattypen representerer en upersonlig mattilberedning. Det er bare å kjøpe noe som allerede er varmt eller noe som du kan varme opp når du/dere kommer hjem. Til en viss grad kan vi som konsumenter være med å “bestemme” smaken, ved at vi kan velge mellom ulike retter med ulike smaker. Men dette er av mindre betydning sammenlignet med matlaging fra bunnen av med utgangspunkt i råvarer.

I denne upersonlige mattypen ligger det også noe uforpliktende;

Jeg har trukket fram bruken av ferdigmat som kan hjelpe til at man orker å tilberede seg en middag etter lange arbeidsdager, hvordan ferdigmaten gjør det enklere for enslige å lage seg en middag hjemme, eller tilfredsstille de ulike familiemedlemmenes fritidssysler.

Men selv om bruken av ferdigmat kan være til stor hjelp for mange, og bruken av den helt sikkert kommer til å øke, har den allikevel også flere negative sider, synes

hvis det som serveres i hjemmet ofte er ferdigmat, så føler man seg ikke like forpliktet til å komme hjem til disse samlingsstundene. Ikke nødvendigvis fordi ferdigmaten ikke kan måle seg smaksmessig med hjemmelaget mat, men fordi det er ingen som har lagt ned litt arbeid og kjærlighet i tilberedningen. Motivasjonsfaktoren for å presse inn et fast møte i travle dager blir svekket med ferdigmat på bordet! Vi bruker heller ferdigmaten til selv å lage oss våre egne måltider når det passer oss, når vi tar oss tid. Maten mister i disse

litt forenklete og dystopiske eksemplene hele sin tradisjonelle ramme som det sosiale samlingspunkt.

Eller for å se det på en litt annen måte; når vi har så mye ferdigmat å velge mellom som vi kan tilberede til oss selv på kort tid (når det passer oss), er det vanskeligere å prioritere middagsmøtet med de andre.

“Konsum av ferdigmat fører ikke til at vi bruker mer tid på spise sammen. Vi bruker heller ferdigmat for individuell

matopplevelse og som identitetsbærer.”



ill.25 Burger King og McDonalds, fastfoodsteder som appellerer til alt fra ungdom til hele familier samlet.

Jeg spiser når jeg vil

Ferdigmaten gjør det vanskelig å holde ut sultfølelsen. De faste måltidene servert innenfor mer tradisjonell måltidsrytme, medfører at sulten bygger seg opp i mellom måltidene. Når sulten gnager og en eventuell ukonsentrasjon melder seg, da er det lett til å ty til noe ferdig og lett i form av fastfood. Dette for å stogge “sulten” og dermed få konsentrasjonen tilbake. Den lett tilgjengelige maten gjør oss lettere ukonsentrerte. For å sitere den svenske sosiologen Sten Andersson: “Vi hverken spiser når vi er sultne eller blir mette når vi har spist”.

Samtidig gjør tilgjengeligheten også det lettere å utsette måltidene; det tar allikevel så kort tid på å få i seg noe ferdigmat – (“jeg behøver ikke å gå ned til de andre i kantina til lunsjpausen for å spise. Jeg jobber heller litt til og går heller ut og kjøper meg noe senere”).

Vi lager oss heller mat selv når vi ønsker det; jeg er individuell og gjør som jeg selv ønsker – og ikke slik samfunnet ber meg om å gjøre. Jeg spiser når, hvor og hva jeg vil – ergo er jeg en interessant person med personlighet.

Vi fremmer vår identitet også gjennom vårt forhold til maten.

Hvilket forhold jeg har til mat i ulike situasjoner og anledninger er med på å posisjonere min identitet spesielt i den store urbane identitetsskogen. Det finnes mange forskjellige måter å “profilere” sin identitet:

1. “Jeg spiser en grandioza fordi jeg ikke gidder å lage noe annet. Jeg blir mett – og dessuten er den billig”.
2. “jeg spiser for det meste på jobben og ellers mye ute på kaféer og restauranter. Jeg orker ikke å lage mat til bare meg selv når jeg kommer sent hjem fra jobb hver kveld”.
3. Jeg foretrekker å lage hjemmelaget mat – gjerne en pizza. Den smaker bedre en papp-grandissen, jeg har større variasjonsmuligheter enn hvis jeg må kjøpe en ferdig-pizza. Dessuten liker jeg å lage mat”.
4. Jeg synes det er viktig å møte venner og familie rundt maten. Vi kan gå ut på et spisested, eller møtes hjemme hos en av oss. Måltidet gir en særegen ramme for våre altfor sjeldne møter”.



ill.26 Pizza Grandiosa, et trekkplaster til billig-kjedene.

Matanalfabet eller bevisst karrierejager?

En ting er hvilket forhold man har til mat av ulike grunner, en annen ting er hvordan reklamen påvirker vårt forhold til maten. En person som spiser pizza Grandioza fordi vedkommende ikke gidder å lage noe annet, behøver ikke å bli oppfattet som en likeglad slubbet. Personen kan like gjerne være seg veldig bevisst hva han eller hun bruker tiden til; til jobben, karrieren, hobby, trening, venner, familie. Det å være lite opptatt av mat – prioritere annerledes, kan være en måte å fortelle at vedkommende vektlegger tidstypiske trender og verdier som å gi alt for jobben din, dyrke sin egen karriere. Man er målbevisst og kunnskapsrik. Man kaster ikke bort tiden på “unødvendigheter” som matlaging.

Se bare på hvordan reklamen har dyrket det travle og engasjerte mennesket som løper (med smil om munnen og full kontroll) fra det ene møtet til det andre med en baguette i hånden. Man henger med i tiden, man utnytter den og spiser maten på veien – noe raskt, smakfullt og enkelt.

Reklamen har legalisert fastfood til noe stuerent. Fastfood, halv –og helfabrikata er ikke lenger bare for matanalfabeter, nyskilte menn, evige mammadalder og bortskjemte døtre. Alle kan i dag benytte seg av dette praktiske mattilbudet. Det forteller like mye hvor travle –og dermed hvor målbevisste og vellykket vi er.

Ferdigmaten som en redning for foreldrene

Jeg generaliserer eksemplene i bruken av ferdigmat for å få fram en del poenger og faresignaler jeg ser. Alle store tendenser har også varianter og unntak, men utviklingen innen bruken av halv –og helfabrikata, viser en klar retning mot et stadig økende bruk. Dette gjelder for alle menneskegrupper i det norske samfunnet (Endringer i nordmenns matvaner på 80- og 90-tallet). Ferdigmaten markedsføres da også mot ulike grupper i markedet.

For mange er bruken av disse produktene til stor hjelp for å ivareta tradisjoner som de ønsker å bringe videre fra sin barndom og oppvekst. Prisen man har vært “nødt” til å betale er å modernisere og forenkle mattilberedelsen for å få til de samme rettene, de faste måltidsmøtene. Småbarnsforeldrenes ønske om at middagen skal være det faste samlingspunktet for familien, har ført til en rekke kompromisser i hva de kan servere. Det gjelder både hva barna vil ha – barnevennlig, litt “anonym” mat, men også hva foreldrene har tid og krefter til å lage. Dette er selvfølgelig veldig viktig å huske og ta med i betraktningen av moderniseringen av vår matkultur. Og barna, de etterlyser mere tid med foreldrene sine – at de oftere bare er der; kvantitetstid legger grunnlag for kvalitetstid!

Ja, ja - verden må jo gå framover

Vi slakter ikke kjøttet lenger på gården der vi bor – flesteparten bor ikke på gård eller har arbeid i jordbruksrelatert arbeid i det hele tatt. Vi kjøper ikke et helt slakt slik som var vanlig tidligere hvor de parterte slaktet hjemme og tilberedte kjøttet til ulike retter. Vi trenger ikke å planlegge husholdet vårt for lange perioder, vi kan klare oss godt uten å ha noe som helst mat i huset – det finnes døgnåpne mattilbud fordelt over mesteparten av landet.

Kontakten med naturen, råvarene som dyret til slaktning representerer, er i mange tilfeller fjernet seg så mye fra naturen at det som er igjen av råvaren kjøtt, kun er representert som oppmalt og utspedd kjøtt i en ferdigrett. Vi har ingen anelse om hvor på dyret kjøttet kommer fra, fra hvilket dyr, hvordan det har blitt alet opp og fra hvilket land dyret kommer fra.

Ja, ja, man kan jo si at verden går framover – det er naturlig at vi benytter oss av enklere mat. Vi vil heller prioritere tiden på andre ting, andre verdier, enn framfor å bruke tiden på det det ville tatt til å planlegge og lage et måltid etter mer tradisjonell framgangsmåte.

Men da sier jeg også jo, jo - men det er også noe veldig verdifullt i det å lage maten med utgangspunkt i rene råvarer. Man har på denne måten større kontroll over det man spiser, hva måltidet inneholder, hva man får i seg av stoffer kroppen trenger, og man

får ikke minst brukt seg selv på en annen måte i tilberedelsen av maten. Hvilke råvare velger du, skal noe marineres, hvordan skal grønnsakene kuttet, hva skal stekes og hva skal kokes, hvilke krydder velger man å bruke? Man gir noe av seg selv gjennom matlagingen, man inngyter seg selv i matlagingen, slik som Sten Andersson beskriver i sin bok “Matens roller”.

Det å bli servert mat av noen som har ønsket å lage god mat til sine gjester, til familien – det er en takknemlig opplevelse, man føler seg verdifull.

Selvfølgelig ligger det her en enorm utfordring til travle mennesker. Kompromisser må stadig gjøres – men jeg vil at vi skal være litt mer observante på utviklingen så vi ikke blir passive og likeglade til forandringene i vårt forhold til matens kvaliteter og måltidets potensiale for sosialisering.

Kjøttkaker i brun saus - tre framgangsmåter

For å bruke et konkret eksempel som skal vise noen av forskjellene mellom ulike tilberedningsformer i matlaging, har tatt for meg en klassiker; kjøttkaker i brun saus, med ertestuing og kokte poteter:

1. ferdigrett som kun varmes/kokes i vannbad



ill.27 Kjøttkakene til «mor-Fjordland» gir oss mulighet til å holde kontakten med vår matkultur.

2. halvfabrikata med litt mer variasjonsmuligheter for individuell smaksstyring

3. alt laget fra bunnen av med mulighet for egne løsninger, best utnyttelse av råvarene og størst kontroll over den ernæringsmessige biten av måltidet.

Ferdigretter:

Fjordland produkter har vunnet designpris for appetittvekkende og lekker design på emballasjen til sine ferdigmiddager. De tilbyr en rekke ulike middager fra litt eksotiske innslag til de mer tradisjonelle som kjøttkakene representerer. Det er bare å putte pakkene i kokende vann, la de koke i 10 minuttet og vips – du har en deilig middag. (at posene er kjempevarme og vanskelige å klippe opp for dandering på tallerkenen, det får være en annen sak)

I reklamene har de ofte unge menn som skal imponere sine unge kjærestere/koner med middag. Den unge

mannen/gutten gjør også inntrykk på mor når hun kommer på besøk og ser hva gutten kan servere. I begge eksemplene hvor vi er tilskuere til disse sjarmerende episodene kan vi se at det som

serveres er laget av ferdigmat, mens gjestene har ikke skjønt dette. (Ennå?)

Rettene gir oss assosiasjoner og minner om det hjemmelagde og nostalgiske barndomsminner. De er dyre og smaken er bestemt av matvareprodusenten. Ernæringsmessig får vi bare håpe at produksjonen er foregått slik at de har tatt hensyn til dette.

Halvfabrikata :

Halvfabrikata-versjonen kan baseres på ferdigstekte kjøttkaker kjøpt i pakker, som ferskvare eller frosne. I tillegg kreves det en sauspose, ertestuingpose og poteter til koking.

I denne varianten er det noen muligheter til å påvirke TORO-smaken ved å tilsette ekstra løk i sausen, krydder, sennep, syltetøy osv. Men hovedsaklig er smak og konsistens allerede bestemt for oss.

Bruksanvisningene som vi har gjort oss så avhengige av og (som vi stoler “blindt” på), forteller oss hvordan vi skal lage middagen. Vi leser oss fram til maten på etikettene og forklaringene på emballasjen. Vi tar mindre og mindre i bruk erfaring og sanser i bedømmelse av maten.

Har vi ingen erfaring og kunnskap utover det å tilberede forslagene til halv –og helfabrikata produktene, har vi konsumenter tapt og de store matvarekonserne vunnet!

Mat av råvarer:

Å lage hele retten fra bunnen av kan høres omfattende ut, og man trenger kanskje til og med litt kunnskap og interesse for mat. Man må vite hvordan man lager brun saus (slå opp i en kokebok hvis du ikke kan – kjøp deg en hvis du ikke har). Man må vite hvordan kjøttkakedeig lages, hvordan man lager kålstuing eller ertestuing.

Når du har lært deg dette kan du selv bestemme fasongen på kjøttkakene, – kanskje liker du kjøttkakene best med muskat, løk, rødbeter eller syltagurker? Kanskje liker du en god kraft som grunnlaget for den brune sausen din. Og god kraft er i og for seg en egen historie, men det er fullt mulig å lage selv. En hjemmekveld foran TV´n og en god putrende kraftkjele på kjøkkenet gir fred i sinnet og mange blide mager. Kraften kan fryses ned i porsjonspakker og taes fram når man trenger grunnlaget for god smak.

Det er flere plater på komfyren, ikke alt må gjøres på en gang, og bordet dekker du mens maten gjør seg ferdig. Kanskje kan noen andre dekke bordet?

Tar det lang tid å lage mat?

Mange jeg snakker med sier det tar så lang tid å lage maten fra bunnen av, og mye tid er de ikke villig til å bruke på hverdagsmiddagen.

Men jeg mener det ikke tar spesielt lengre tid å lage maten litt mer "skikkelig", det krever bare en litt annen holdning, interesse og litt mere kunnskap om matlaging – kunnskap jeg egentlig synes burde være et minimum av mat-basiskunnskap!

Ved å være villig til å planlegge menyen i en viss grad for ukens middager (vi planlegger jo livet vårt ganske så mye ellers), så er det mye tid som kan spares ved planlagt innkjøp, tilrettelegging og ting som kan gjøres på forhånd. Da blir det lettere å handle inn matvarer, det blir lettere å lage kjøttkakemiddagen ved for eksempel å steke opp kjøttkakene kvelden før – jeg mener når det alikevel bare er dårlige forutsigbare TV-programmer denne kvelden. En nystekt kjøttkake med sennep og sylteagurk på skiva til kvelds er belønningen.

Det lille som man allerede har fått gjort kan være utslagsgivende for at middagen dagen etterpå ikke blir så tungt å lage.

Den gode kraftkjelen er ypperlig til en rolig hjemmekveld, eller en hjemmekveld med forarbeide til et møte på jobben dagen etter. Det å pleie kraftkjelen gir deg naturlige velduftende avbrekk vekk fra pc-skjermen og fra det teoretiske arbeidet.

Innviter venner hjem til deg, bak brød sammen og nyt et glass vin mens dere venter på hevingen av deigen. Drikk et glass vin til mens brødene stekes. Opplev hvor sosialt hyggelig det er med noen praktiske gjøremål rundt det sosiale samværet. Denne "eksklusive" tingen som å bake sitt eget brød, det egentlig enkle og praktiske som brødbakingen representerer, gir et helt annet grunnlag for sosial hygge og prat enn det og møtes for "kun" det sosiale. Disse praktiske gjøremålene som forbindes med gode minner, gode smaker, dufter og forventninger, gir en avslappende og uforpliktende atmosfære. Resultatet av disse ideologiske riktige og fine forslagene er at man får en hyggelig kveld med en god venn og mange gode matstunder med gode minner etterpå.

Tilbake til kjøkkenbenken

Jeg tror vi idag med den utviklingen det har vært på vårt forhold til hverdagsmåltidet, vil kunne sette større pris på maten servert etter det gamle mønstret. Det å ha et fast møtepunkt for familien eller de man bor med, blir ekstra viktig når alle er travelt opptatt. Jeg mener ikke mor skal tilbake til kjøkkenbenken, men husmedlemmene tilbake rundt kjøkkenbordet.

Vi prioriterer ikke lenger det å møtes til faste måltider. Hvis vi begynner å gjøre det igjen, vil vi kunne sette større pris på dette som før ble sett på som noe selvfølgelig. Utviklingen med å kutte ut regelmessige uforpliktende situasjoner – nøytrale hverdagslige møter som måltidet i hjemmet representerer, kan ikke fortsette slik utviklingen går nå. Mangelen på samling rundt grytene kan egentlig sees på som en metafor for et mer selvcentrert og egodyrkende samfunn.

Individualiteten har strukket seg til det ytterste!

5.4 Hjemmet

Hjemmet et møtested - ikke et tilholdssted



ill.28 Hele familien samlet hjemme i stua på 50-60-tallet.

I hjemmet er den raske teknologiske utviklingen ved å forandre våre daglige rutiner og samlivet i familien. Samtidig bidrar den sterke fokuseringen på arbeidslivet til at balansen mellom det private og offentlige livet forskyves.

Helt fram til sekstitallet symboliserte hjemmet trygghet og samhørighet i en forandrelig verden (Hjemme i Norge). Selv om storfamilien med sitt arbeidsfellesskap og rike samhandlingstradisjoner var forsvunnet ved inngangen til århundreskiftet, hadde

den nye kjernefamilien fremdeles klare og definerte forpliktelser. Den tok vare på og vedlikeholdte hverdagslivet og de følelsemessige båndene mellom familiemedlemmene. Den hadde hovedansvaret for barndommen og oppdragelsen. Familien videreførte generasjoners erfaringer, holdninger og verdier.

Noen av særtrekkene for 90-talls familiene er at disse har gitt fra seg mange av de tradisjonelle funksjonene; omsorg er blitt profesjonalisert, barneoppdragelsen er i stor grad blitt en offentlig sak, og den lille kjernefamilien blir ofte så utsatt og isolert at den ikke tåler den følelsemessige belastningen og går i stykker av mangel på fellesoppgaver og nøytrale funksjoner. Arbeid og hobby skjer utenfor hjemmet. Middagen har fått en svekket posisjon, og med begge foreldrene i arbeid, er tiden hjemme sårbar da man ofte er slitne men gjerne vil at hjemmet skal stå for verdier man ikke alltid klare å leve opp til.

For mange representerer ikke hjemmet lenger et trygt og stabiliserende midtpunkt i tilværelsen, men en skiftende scene for det nye hverdagslivet, de nye utfordringene og behovene. Det hektiske hverdagslivet presser oss til liten tid til ro, egentid og fordypelse. Vi har nok med å forholde oss til øyeblikket.

Men som foreldre kan man ikke løpe fra barnas kontaktbehov og medmenneskelige forpliktelser. Nærkontakt og vennskap må pleies over tid, og liten tid skaper ofte dårlig samvittighet for foreldrene. Man føler oss utilstrekkelige, både i forhold til nærmiljø, venner og familie. Mange opplever at hjemmet er i ferd med å bli et møtested, ikke et tilholdssted (Hjemme i Norge).

Materiell lykke og avhengighet

Moderniseringen av samfunnet vårt har en mørk side som resultat av forandringene som preger det norske hverdagslivet. Vi lever i en matrialisert verden hvor vi har gjort oss veldig avhengige av tekniske hjelpemidler både i jobb, fritid og i hjemmet. Vi måler lykke og vellykkethet, verdi og status i det vi har rundt oss som bil og hjem/hus. I løpet av relativt kort tid har gjort oss "avhengige" av disse matrielle verdiene, og vi arbeider hardt for å klare å ha råd til alt dette som forventes at vi skal ha. Det er ikke bare på grunn av likestilling og kvinners selvrealisering at de har gått ut i lønnet arbeid - familiene er blitt avhengig av to inntekter.

Kvinnens dobbeltarbeid

Kvinnens inntog i arbeidslivet har også fått dyptinngripende konsekvenser for kjernefamilien. Hennes dobbeltarbeid i forhold til altfor mange menn som ikke har tatt ansvar og aktiv del i hjemmets arbeidsoppgaver, går hardt utover familie -og ekteskapsforhold. I byene i Norge er det for eksempel over 50% av ekteskapene som ender i skilsmisse. Hvordan skal man ivareta gamle norske tradisjoner og verdier som vi er oppvokst med her i landet, når vi ikke på langt nær har den samme tidsrammen til å utføre dette arbeidet innenfor? Kvinnene står fortsatt for mesteparten av arbeidet som har med hjemmet å gjøre, men dette har kommet i tillegg til betalt arbeid utenfor hjemmet.

For å rekke over alt i løpet av dagen må man gjøre kompromisser – men til hvilken pris og på bekostning av hva?

Barnas fritidsordninger er i større grad flyttet ut fra hjemmet og nabolaget sammen med de andre nabobarna, til idrett og fritidsordninger organisert av kommunale instutisjoner og private klubber. Tiden barna har til rådighet sammen med foreldrene, de foresatte, har blitt skrumpet inn i og med at barna ofte skal videre

på sine fritidsaktiviteter på ettermiddag og kveld. Og når foreldrene jobber mer - og kanskje lenger på ettermiddagene, blir det ikke like fristende for barna og ungdommen å komme hjem til den tiden som før var tradisjonell middagstid. Da drar de heller hjem til venner, oppsøker plasser, sentrum, kiosker, kjøpesentre for å treffe andre ungdommer. Mange spiser av fastfood-tilbudet når middagen ikke har like sterk posisjon hjemme som tidligere. Deres bruk av fastfood og kioskmater, behøver ikke å være en reaksjon på at de ikke liker maten som blir servert hjemme, men nettopp på grunn av at det altfor sjelden blir servert middag hjemme til faste tider.

Den store unge generasjonens nye matvaner skaper et generasjonsskille, en kontrast til de eldre som i større grad følger etablerte mattradisjoner. De unges matvaner, la meg si de mellom 15 og 35 år idag, vil få store konsekvenser for vårt forhold til mat og hva som vi blir tilbudt i butikkene og på de offentlige spisestedene.

Kommer du hjem til middag?

Som en oppsummering av vår boligstruktur kan man si at til tross for vår generelt gode bostandard, hvor de tekniske forhold er lagt godt til rette for å tilberede mat, servere den i hyggelig omgivelser, så er likevel middagen hjemme "truet" av endringer i samfunnet og våre liv. Kjernefamilien er truet - er blitt utsatt til senere stadie i livet, skillsmissestatistikken øker, flere velger en egen karriere som medfører så mye arbeid at det er vanskelig å forene dette med tradisjonelt familieliv som inkluderer barn. Barn etterlyser mer tid med sine foreldre. De statlige instutisjonene har fått i oppdrag å stå for mye av barnas oppdragelse, læring og undervisning; barnehager, skoler, fritidsordninger og idrettslag. Men skolene sliter med ressurser - for få lærere, ukvalifisert personell mange steder, store klasser, unger som ikke lenger har den samme respekten for autoriteter i skolen. Mange problemer hos barn skyldes forhold i hjemmet; "rampete" barn og unge, kommer ikke nødvendigvis fra skillsmissefamilier, alenemødre, familier med alkoholproblemer, familier med dårlig råd - mange unge som reagerer med hærverk kommer ofte fra familier som på fasaden virker veldig vellykket, men på innsiden har ikke foreldrene nok tid til barna sine.

Det er en kjensgjerning at får man ikke positiv oppmerksomhet, så nøyer man seg med negativ! Moralen her blir at kanskje hvis vi tar oss mer tid til hverandre, til barna - samles for eksempel til et felles måltid jevnlig, så er også sjansen for at både positive og negative tanker og opplevelser kan komme fram og bli snakket om sammen i familien. Mat gir oss en mulighet til å samles om enn ikke for annet

for spise sammen med andre man kjenner. Hvis man møtes fast og ikke bare når man er “nødt til å snakke sammen” fordi det oppstått eventuelt problemer som må løses, så er også muligheten for at problemer kan unngås eller løses innenfor trygge rammer. Vi blir tryggere på hverandre og tør å være mer ærlige og åpne - takket være maten...!!

5.5 Er butikkene til for oss forbrukere?

Den norske matvarebransjen

Store deler av matvare-Norge er en tragedie!

Er det jeg som er veldig sær og kravstor når jeg lar meg irritere av matvarebutikkens vareutvalg og de ansattes manglende kunnskap om produktet de selger?

Hvorfor er ikke vi forbrukere mer kritiske til utvalget og kvaliteten på det vi tilbys i flesteparten av norske dagligvareforretninger? Hvorfor stiller vi ikke krav til at tomatene skal også smake godt – og ikke bare være faste, like store og ha lik farge?

Er det fordi markedssjefene i de store butikkjedene har rett – vi vil ha mange billige og “smakløse” tomater framfor smakfulle, færre og dyrere?

Vet vi egentlig hva vi vil ha av vareutvalg og service? Har vi sluttet å stille krav?

Rimikjeden som et eksempel

Norge domineres av lavpris-kjeder med et begrenset utvalg av varer. Dette forsvares ved at man kan holde prisene nede ved å ha få “primære” dagligvarer. Det er jo i og for seg en grei og ærlig forretningsidé, men problemet oppstår når disse kjedene dominerer markedet og markedsføringen av matvarer blant annet i fjernsynsmidiet. Lavpriskjedene blir de største aktørene, de er de mest aktive i dyr TV-reklame som treffer oss konsumenter midt i magen. I en nylig undersøkelse gjort i Sverige, viser den at 90 % av svenskene ser på TV hver dag, 60 % har flere TV'er i huset. (Vi bruker fjernsynet til å roe oss ned i travle og stressende hverdager. Foran fjernsynet er det lov til å være passiv og bare “glane” tomt inn i

fjernsynets drømmeverden.)

Og her sitter vi – på første rad i Stresslessen, med Grandiozaen i fanget og tar imot forførerisk reklame som appellerer til oss mye mer enn det statlige opplysningskampanjer for sunt kosthold noen gang er i nærheten av. Reklamen appellerer til følelser og livsstilskonsepter – den lager historier og bruker personer som kunne vært oss i våre liv – i vår drømmeverden.

Men reklamen påvirker også våre matvaner, og jeg mener denne påvirkningen ofte er dårlig og er faretruende. Det er de store konsernene og kjedene i Norge som totalt dominerer matreklamen. Det hjelper ikke at Rimi-Hagen i Dagbladet Lørdag 1. april 2000, sier at “det er forbrukerne som bestemmer”. Den store massen av forbrukere vil ha det de blir tilbudt – og spesielt det som reklamen setter sine spottlys på x antall ganger hver kveld! Hvis ikke denne formen for reklame hadde virket, ville ikke kjedene ha brukt millioner på dette.

Nye trender som kommer til Norge?

Samtidig gir Hagen uttrykk for i samme intervju, at bøndene må begynne å produsere kvalitets-nisjeprodukter. Vi må lære av andre



ill.29 eksotisk grønnsaksdisk. I dag er det stort utvalg av grønnsaker hele året, men ikke på langt nær hos alle matvarekjedene.

land som har bønder som spesialiserer seg på få gode produkter, slik vi f.eks ser i Frankrike med sine Oster, vin og speketradisjoner.

Hagen er tydeligvis blitt påvirket av blant annet en av sine nye medeiere fra Nederland; den nederlandske supermarkedkjeden Albert Heijn, som er landets største, har kjøpt opp 50 % av ICA-konsernet og er dermed blitt medeier i Rimi og ICA-butikkene i Norge (Aftenposten 17. april, 2000). I Nederland hvor Heijns-kjeden ikke bare er den

største, men også den dyreste, satses det sterkt på delikatesse, rikt vareutvalg (15.000 varer mot Rema og Rimi som har ca 1000-2000) og ferskvarer i ferdigmattilbudet. Nederlenderne vil ikke ha frossenmat. I butikkene er det kokker som tilbereder ferdigmat som kan fortæres på stedet eller taes med hjem. I hverdagens har folk liten tid til matlaging og vil ha middag på kortest mulig tid når de kommer hjem. I helgene derimot, skal det kokes gourmetmat. Albert Heijns supermarkeder tilbyr derfor også kokekurs for sine kunder, – og råvarene og ingrediensene finner du i den rikholdige butikken.

Hva er grunnen til at mannen som har gjort seg til milliardær

under slagordet “Vi gjør Norge billigere”, mannen som har solgt mer Pizza Grandioza enn noen annen, nå tar til orde for omlegging av landbruket og en spesialisering på nisjeprodukter?

Svaret ligger nok i de trendene vi kan se i Europa og som jeg så vidt har skissert ovenfor. Rimi-Hagen er et dyktig forretningsmenneske som har mange flinke medarbeidere. Og de må ha sett det – mange mennesker vil ikke lenger bare handle på lavpriskjeder. Folk har mer penger, flere er mer bevisste over hva god mat og gode råvarer kan være. Denne kundegruppen må han fange opp.

Hvis Rimi og ICA klarer å lage og videreutvikle delikatesse-avdelinger, små spiserier i butikkene, og tilby mat som setter fokus på helse og sunnhet slik vi ser i blant annet USA, samtidig som han kan selge billige vanlige husholdningsproduktene, da vil Rimi-kjeden gå framtiden lyst i møte. Rimi klarer da å nå flere kjøpegrupper – også den voksende gruppen av mer kresne forbrukere.

Jeg antar Rimi-butikkene vil variere fra større byer til små steder i grad av spesialisering; spesialavdelingene i byene, og butikker etter den mer gamle modellen i distriktene. I hvertfall i første omgang.

Betjeningen i matvarebutikkene



ill.30 Matvarebutikken Lerøy i Bergen møter kundene sine med middagstips som er basert på råvarer som de har på tilbud. I tillegg har de hjelpsomme og kunnskapsrikt personell.

Dårlig service og mangelfull kunnskap er et generelt stort problem for de fleste butikkene. Det virker som ledelsen ikke stiller store krav til de ansatte om kunnskap om varene de selger. Man sitter i kassa og drar varene forbi strekkodeavleseren uten å vite hva man selger.

Ukentlig opplever jeg å måtte forklare hva en grønnsak heter når kassapersonellet ikke vet hvilken kode de skal slå den inn på. Vedkommende vet ikke hva slags grønnsak det er. Man selger ikke biler hvis man ikke vet noe om bilene.

Kommer vi noen gang til å protestere mot dette? Skal butikkjedene få lov til å fortsette slik de gjør uten at det stilles skikkelige krav til produktet de tilbyr? kommer vi til å fortsette å synke ned i sofaen etter en travel hverdag, spise en Pizza Grandioza mens vi drømmer oss bort i et matprogram med en kjempeflink kokk som lager skikkelig spennende retter?

Mineralsuppe og tomatproduksjonen

Hvis man kun har smakt den masseproduserte og smaksfattige tomaten som selges, ja, så er man kanskje fornøyd med den man tilbys. Veldig mange har ikke smakt den “naturlige” solmodne tomaten, og da blir referansepunktene deretter. En naturlig



ill.31 En liten del fra norsildemels bevisstgjøringskampanje for oppdretsnæringen. Det norske lakseforêt er basert på bl.a sildemel, mens mye av næringen i andre land bruker plantebasert fôr.

tomat vokser på en tomatplante som står i jord – og ikke i mineralsuppe som får den til vokse raskere. En tomat som modnes lengre på busken i naturlig sollys gir en helt annen og bedre smak. Den genmanipulerte “industritomaten” har ikke fått naturlig sollys, og den er blitt “modnet” i et mørkt kaldt kjølerom på vei til den ubevisste norske forbrukeren. Med den utviklingen det er innen matvareindustrien, så er det snart bare noen få spesielt interesserte som driver økologisk småbruk og klarer å ivareta en sunn drift og en naturlig smak på

råvarene. Matvareprodusentene forøvrig, vet vel snart ikke hva som er naturlig og opprinnelig. De tenker “kun” profitt og streber mot råvarer som skal vokse fortere.

I Canada utvikler de nå en laks som vokser ti ganger raskere enn den laksen vi har i dag. Hvilket forhold har man til naturen, råvarene og dyrene –og egentlig også vi menneskene, når man holder på slik? Da er det kanskje ikke så rart at den norske laksenæringen vil ta “patent” på “norsk laks”.

Vi har ingen forskning som viser konsekvensene av vår klussing med naturen. Men vi har god dokumentasjon på hva denne “klussingen” gjør med produktet (endrer lukt, smak, farge f. eks). Dette veies deretter opp mot produktiviteten. Vår streben etter profitt (pengenes makt og klare tale), valser over engstelsen for konsekvensene av eventuelle bivirkninger av den genmanipulerte naturen. Talsrørene for skepsisen mot denne industrien har lite de skulle sagt mot multinasjonale konserner. Det som kan stoppe dette er virkelig store konsumgrupper som nekter å kjøpe disse genproduktene (og dermed taper matvareindustrien penger), og

som forlanger en sunnere matindustri.

Markedskrefter og fornøyde kunder

Mange tror markedskreftene er på vår side – at det vi tilbys er det vi ønsker.

Jeg tror ikke det er slik. Det er heller slik at majoriteten av “ubevisste” og “mer enn nok fornøyde” mennesker bestemmer

hvordan matvareutvalget skal være. De som har blitt “hjernevasket” av repeterende slagord gjennom reklamen: “kjøp kjapt, trygt og billig”, “Vi gjør Norge billigere”, “De smarte sparer tusener”, “Garantert billig”. De som i enhver situasjon setter pris og kvantitet foran kvalitet. Norge er ikke landet å begynne å irriterer seg over matvareutvalget – det blir bare magesår av sånt.

I lille Norge blir det ikke mye rom for variasjon. Det er ikke nok forbrukere som kan forsvare et mer spesialisert

vareutvalg. Spesielt ikke på mindre steder og småbyer. Her er det de store matvarekjedene som tilbyr sine få primærvarer som flertallet “vil ha”.

Bare i Bergen som er Norges nest største by, er det betydelig forskjell på utvalg og variasjoner innen matvareprodukter og tjenester sammenliknet med Oslo. I Oslo med flere innbyggere blir det selvfølgelig et større marked for mangfold. Men mangfold er ikke bare mange mennesker – men som jeg prøver å få fram – bevisste mennesker.

Rimi-Hagen – vår nye samfunnsstøtter og “predikant”

Når Rimi-Hagen nå maner til forandring i blant annet jordbruket, er det ikke fordi den store massen av kunder og forbrukere har forlangt forandringer, men fordi Hagen ser tendenser i de største norske byene og trender ute i Europa.

For at Hagen skal stå fram som mer enn en vellykket forretningsmann, har konsernet lagt opp til en strategi hvor de støtter en rekke tiltak alt fra den nye operaen, kostholdsforskning til homokampanjer. I tillegg er Hagen aktiv i offentlig debatter hvor han blant refser grådighetskulturen, kirkens syn på homofile, og setter fokus på en del hverdagslige medmenneskelige sider vi må ta



ill.32 en liten collage av billigkjedenes kjente slagord.



ill.33 Kjent plakattypen som skal lokke oss til å benytte oss av dominoproduktene. Her er tallenes klare tale!

vare på. (Dette får meg til å tro at dette egentlig inngår i en strategi som til syvende og sist skal øke salget til konsernets butikker).

Bonuskort – vår eller deres fortjeneste?

Bonuskort skal gjøre det bedre for oss forbrukere – vi får ytterligere prisavslag ved å kjøpe visse produkter. Vi samler poeng og over tid sparer vi en masse penger. For i tillegg til å få prisavslag på en del produkter butikkjedene vil at vi skal handle, kan vi bruke de oppsparte poengene til å betale noe vi har drømt om lenge;

kanskje et videokamera?. TV -og videoforhandleren kan også være med i denne bonuskortordningen. Poengene omregnes nemlig i kroner slik som flyselskapene lenge har gjort med bonuspoengene som er registrert på medlemskortene til de reisende. Ordningen er et lojalitets program som knytter kunder til utvalgte steder – de kommer tilbake for å samle ytterligere poeng.

Dette høres jo fint ut. Vi sparer penger ved penger ved å kjøpe produkter og blir i tillegg belønnet med bonus som kan brukes hos noen av de andre butikkene som er med i bonuskortordningen. Prisen for at vi skal få denne “gaven”, er at vi må blottstille vårt kjøpemønster. Vi registreres i bonusordningen med navn, kjønn, alder og familiesituasjon.

Alle kjøp blir registrert på kortet – og kortet er i hovedsak registrert på deg personlig. De som står for regien – de som påvirker våre kjøpemønstre, får mer materiale til å detaljstyre oss ytterligere. De får direkte tilbakemelding på sammenhengen mellom reklame av bonusprodukter og hvem som kjøper produktene. All handling registrert med bonuskort er en sammenhengende markedsundersøkelse.

Jeg mener det er markedsførerne og butikkjedene som er vinnerne i denne kortbruken. Bonuskort gjør det lettere for dem å tjene mer penger. Kjøper du de tradisjonelle merkene, kjente merker som har eksistert i markedet lenge og som ikke er med innunder ordningen, ja – så får du ingen rabatt!

Det at vi kan spare noen penger, overskygger ikke det faktum at vi lar oss lure og styre av dette systemet som tilsynelatende skal gjøre det bedre for oss forbrukere. Vi er villige til å oppgi vår anonymitet for disse poengene. Vi er villige til å gi mer makt og penger til de som allerede har mye av begge deler. Altfor mange er kun opptatt av pris - og så dårlig råd har vi ikke! I tillegg sørger vi for at en næring som de store butikkjedene representerer, tjener enda mer under slagord som “Vi gjør Norge billigere”, “Kjøp kjapt, trygt og billig”. Taperen i bonuskorttiden er oss konsumentene - bevisste eller ikke, for flesteparten er tydeligvis ubekymret ovenfor denne

utviklingen. Den som eier kunnskap over kjøpergruppen – den vinner!

Rimi-Hagen er milliardær!

Matvarekonsernernes egne merkevarer og image kontra identitet

De store matkonsernene har med tiden fått flere egne merkevarer. De har klart å kutte ut noen mellomledd og selger blant annet sitt eget syltetøy, juice, frokostblandinger, osv. Alle vet at hvis du klarer skjære ned på et distribusjonsledd, så blir kostnadene lavere og dermed fortjenesten større. Det behøver i og for seg ikke være noe galt i disse kjedenes egne produkter. (Selv om ferske undersøkelser viser nå at flere er blitt skeptiske til disse produktene, kontra de mer tradisjonelle merkene. Mange synes “vaskeseddelen” er for mangelfull med informasjon). Kjeden har kanskje konkurrert ut en del kjente produkter – men slik er konkurransesamfunnet. Men



ill.34 Rimis egne maskot på et av kjedens mange produkter; Billi-pizza. Er det barna de prøver å appellere til gjennom denne designen, eller det en design som skal forsikre oss om hvor billig det er på Rimi?

når disse store konsernene – nasjonale og multinasjonale, får større makt, har de også muligheten til å presse andres varer ytterligere ned i pris. Hvis ikke leverandørene/matvareprodusenten (eks. Gilde og spekesinker) klarer å levere til den prisen de blir krevd for (av f.eks Hakon-gruppen), så går konsernet til konkurrenten til leverandøren. For å klare å tilfredsstille priskravene må man kanskje fire på kvaliteten – og da er vi tilbake til det typiske norske; vi trenger ikke kvalitet, vi vil ha kvantitet, og vi vil ha det billig. Vi kjøper gjerne spekeskinke

ukentlig, selv om den ikke er speket og lagret tradisjonelt, men derimot sprøytet full av saltvann og inneholder en rå kjerne når den kommer ut i butikkene.

Kanskje er det vår generelt lave kunnskap om tradisjonell matlaging basert på råvarer, som gjør at vi ikke reagerer?

Merkevarebygging er dermed blitt veldig avgjørende for salg av matvarer; når vi ikke sitter inne med kritisk kunnskap til vurderingen av matvarene/råvarene, blir det viktig å “pakke” inn produktene med andre fristelser som skal friste oss til kjøp. Store byråer med strateger, markedsførere, tekstforfattere og designere og psykologer, gir produktene salgsutløsende egenskaper. Like konkurrerende produkter trenger ulikt image (det vi ønsker å gi signaler om at vi/varen er) for å skille seg ut. Produktene oppfattes dermed med ulikt innhold – det vil si identitet (det som vi/varen blir oppfattet som).

Vi ender opp med å kjøpe image og ikke identitet i valget mellom produkter, fordi image og stemninger er vektlagt i markedsføringen, framfor saksinformasjon.

.Og siden vi kjøper image som i stor grad er “frigjort” fra identitet, blir innholdet av sekundær betydning. Markedsførerne dirigerer oss inn i en forførerisk reklameverden som har blitt så komplisert at vi til og med ser meta-reklamer; reklame som kommenterer seg selv og som vi (erfarne reklameseere) er i stand til å kjenne igjen.

Matreklame med flere målgrupper

Det kan kanskje oppfattes som lett å bruke Pizza Grandiosa som en metafor for mat-Norge, men det er nå engang den mest spiste frossenpizzaen her i landet. Samtidig som den er dømt av ulike paneler som en av de dårligste pizzaene i landet. Grandiosa er i dag mulig å få til fast lavpris hos Rimi til 19,90 kr. Den har vært fremstilt på utallige måter gjennom TV-reklame opp i gjennom årene. Den siste reklamen (april 2000) forløper slik:

En ung mann kommer hjem i leiligheten sin for å steke seg en pizza grandiosa. I leiligheten blir han utsatt for en rekke små og store komiske ulykker som gjør reklamen morsom. Men han får allikevel i seg pizza; han blir nemlig matet av sykepleieren som har kommet til unnsetning.

En pen (selvfølgelig) mann rundt 25 kommer ulastelig avslappet kledd inn i en trendy og minimalistisk leilighet. Som tatt ut av magasinet. Her oser det tidsriktig setting for en bestemt målgruppe; de unge, trendy og urbane.

Men så kommer alle de små morsomme og sjarmerende bruddene som inkluderer flere i målgruppen. Han åpner seg en boks med en eller annen drikk og får tidenes store kullsyresprut i ansiktet. Han kaster fra seg boksen og den spretter tilbake i hodet hans. Og som om ikke dette var nok – overskapet på kjøkkenet faller ned, han får såvidt tatt imot det, men ned fra skapet sklir to tunge boller og treffer han hardt i pannen. Her er virkemidlene morsomme, karikert som fra en tegnefilm og folkelige.

Det er på tide å få fram avsenderen på denne reklamen – Pizza Grandiosa blir pakket ut av emballasjen og kastet inn som en flygende tallerken i stekeovnen (en kjent Grandiosa-manøver vi har sett fra flere tidligere filmer).

Endelig kan vår venn slappe og bare vente på at pizzaen skal bli ferdig. Men da faller overskapet ned over fingrene hans. Han skriker og vi lever oss inn i hvor vondt dette må være, men samtidig er det jo veldig morsomt og sjarmerende.

På den siste scenen sitter han med bandasjerte hender og blir matet med Pizza Grandiosa av en sykesøster som er tatt ut av en eller annen tvilsom småerotisk tegneserierute.

Vi er sjarmert av denne lille smågale historien rundt et pizzaprodukt. Bare den kreative historien gjør at Stabburet fortjener å få solgt mange pizzaer. Vi gir vår støtte til dem som lager så morsom reklame gjennom vårt kjøp av pizzaen.

Tilbake til kundegruppene. De blir som nevnt alt fra Wallpaper-lesere, til de som liker folkelig og klovneaktig humor, "Mot i brystet-seere", til de som har lest pornoblader og fantasert om litt spesiell forpleining av de søte sykepleierne... Aldersgruppen spenner fra 12 åringer og oppover, hovedsaklig menn.

En litt forenklet forklaring på målgruppene, men det er absolutt noe i den; reklamen har elementer i seg som henvender seg til ulike grupper. Ulike virkemidler i samme film, kommuniserer til flere målgrupper. Samtidig benytter også reklamen seg av ulike filmer for samme produkt for å nå ulike målgrupper – nisjer i markedet.

Oppsummering av matvarebutikkene i Norge

Som det blir sagt i reportasjen fra Aftenposten 17 april, 2000 (nevnt fra også tidligere i kapittelet i forbindelse med Heijns-kjedens oppkjøp av ICA-konsernet), kommer de store globale aktørene til å bli vinnerne på markedet på grunn av sin enorme styrke, men det vil fortsatt være plass for små spesialbutikker. De mellomstore vil derimot få trøbbel. De må finne seg i å bli kjøpt opp av de store, eller dele seg opp i mindre enheter og spesialisere seg.

Det vil bli et økende behov for kvalitetsprodukter, helsekost, ferskvare-ferdigmat til å spise på stedet eller ta med seg hjem. Byene vil fortsette å utvikle seg mer mot tendenser vi ser ute i Europa. I og for seg ikke noe nytt, slik har alltid vært et byfenomen.

Hva som skjer med butikkene og utvalget i distriktene er kanskje vanskeligere å spå om.

5.6 Det offentlige rom

Mangel på bytradisjoner

Som nevnt flere ganger tidligere mangler Norge en landsby og bytradisjon som går tilbake til middelalderen. De sosiale treffstedene var kirkebakken på søndagene, hjemme hos hverandre ved sermonielle begivenheter som for eksempel brullop, og bytte- og salgsmarkeder på tettsteder.

Bergens posisjon som handelsby under Hansatiden, er et typisk eksempel på en by som hadde betydning for veldig mange aktører i -og utenfor byen, og landet forøvrig. Her var det skjenke -og bevertningssteder, håndverkere, bakere, mennesker som kom til byen for å selge produktene/råvarene sine, sosiale ulike klasser - mennesker med ulike oppgaver og status.

Men storby-tradisjonen er relativ ung i norsk sammenheng. Oslo utviklet seg ikke til noen kontinental, diffrensiert by før godt ut på slutten av 1800-tallet. Fortsatt i dag er det mye som skiller norske byer fra byer i andre europeiske land.

Det velutstyrte norske hjemmet

I Norge har vi ikke en liknende tradisjon som mennesker i mange andre europeiske land har med å trekke ut på plassene (piazzaene), sette oss under et skyggefylt tre, ut på fortau med strikkesøy og barnebarn, gå på vår lokale bar eller kafé for å treffe naboer og venner.

Vi trekker oss tilbake til våre trygge revirer som hjemmene våre representerer. Her hygger vi oss i våre velutstyrte rom fylt opp av tekniske hjelpemidler og personlige minner og arvegods. Vi har vaskemaskiner, varme bad, velutstyrte kjøkken og parabol og videomaskin i stua (Hjemme i Norge). Våre hus og hjem er rammen på et bilde, hvor tingene våre er selve bildet og våre private liv er det ladede innholdet. Vi trenger ikke å gå på vaskerier for å vaske tøyet vårt – og dermed "slipper" vi også å prate med andre mennesker, offentlige bad behøver vi ikke å gå på, og har vi lyst til å se film – har vi jo det som trengs i stua. Selvfølgelig går vi også på kino og noen går til og med på noen av de svømmehallene som er igjen.

Når det gjelder å bruke uterommene som sosiale treffsteder, så

begrenser selvfølgelig de klimatiske forholdene oss i lange perioder av året. Når det er kaldt og surt ute, er det kanskje ikke så rart at vi vil ha det lunt og hyggelig hjemme? Men våre sosiale treff er jo også avhengig av hva vi blir tilbudt, hva vi ønsker; hvis det ikke er parker, plasser med benker, kaféer med priser som ikke tar knekken på økonomien vår – blir det heller ikke like fristende å trekke ut av hjemmene våre som vi tross alt har investert veldig mye penger i – ofte mer enn vi har råd til!

Veldig mange har store tilbaketrukne hus - langt fra arbeidsplassen og sentrum. Husene ligger ofte i et boligfelt i nærheten av naturen. Vi kan se naturen utenfor vinduet og vi kan oppsøke den hvis vi vil. Vi har hatt en større tradisjon for å benytte oss av naturen som et avkoblingssted, enn å bruke byens lunger og pusterom i form av parker, kaféer og kulturelle tilbud. Mange av Norges boligfelt er veldig unge og har blitt bygget raskt opp etter en økende økonomisk vekst. Vi har fått et bosetningsmønster som har endret seg til større tetthet rundt byer og arbeidsplasser ved større steder. Samtidig har norske myndigheter prøvd å legge til rette for å beholde den særegne spredte bosettingen i landet vårt. Det er vel få land som har brukt så mange penger pr innbygger på å opprettholde spredt bosetning og veitilknytning av høy standard.

Hvor kan vi møtes?

Uten store langsiktige, verdibevisste og helhetlige planer for arkitekturen og boligstrukturen (infrastrukturen), blir det vanskelig å finne naturlige steder for mennesker å møtes i det offentlige rom. I dag opplever vi på mindre plasser at tradisjonelle møtesteder som for eksempel et posthus blir lagt ned i et effektiviseringstiltak. Posthuset representerte ikke bare et praktisk nødvendig sted for å betale regninger og hente posten sin, men det har også for mange vært et sosialt treffsted. For enslige eldre mennesker har dette stedet vært et av de få mulighetene til å få snakket med noen. Nærhandelen hadde også samme funksjon – det var ikke nødvendigvis at man trengte så mange varene når man gikk på butikken, men like mye for å treffe folk å slå av en prat.

Mangelen på møte – og lekeplasser for voksne og barn i et boligfelt og for lite parker og plasser i byene, er et annet problem. Disse stedene og lungene må prioriteres og vektlegges i den store planleggingen av våre offentlige omgivelser. Ellers blir vi sittende i hvert vårt hus med hver vår lille hageflekk. Vi kjenner ikke naboen, vi stiller ikke opp på dugnad om det er i regi av av idrettslaget eller opprydning i felles hager og gater der man bor!

I dag velger vi venner mer ut i fra felles interesser og utdanning.

Dette er igjen faktorer som gjør at vi mister mye kontakt med dem vi har rundt oss i de nære omgivelsene.

Hvem er nordmannen?

Hva er typisk norsk? Vi har behov for å beskrive oss for oss selv og for andre. Vi søker en felles nasjonal identitet. Hvordan påvirker ytre politiske spørsmål oss som nasjon og folk? Hvilke signaler ga vi til hverandre under EU-avstemningen, og hvilke signaler ga vi ut til resten av verden?

Vi forsøker å forklare hvorfor det er som det er her i Norge: Nordmenn deler ikke bord med hverandre på kafé, vi prater ikke med hverandre på bussen, på benken, særlig ikke i badstuen, eller i butikken – hvor som helst i det offentlige rom; både det som er beregnet for mer dagligdagse praktiske gjøremål som handling av matvarer, men også de mer sosiale treffstedene som parker, plasser og kaféer.

Vi har kanskje en mer utbredt og utviklet hjemmekultur enn en offentlig sosial kultur?

Vi har som kjent en kort bytradisjon som dermed inkluderer liten erfaring og tradisjon for å bruke de offentlige sosiale treffstedene. Men vi har også en lang tradisjon for gjestfrihet i våre hjem; de som kommer på besøk skal trakteres av det beste huset kan tilby. Men selv hjemmebesøket er i forandring; vi besøker hverandre ikke like mye som før. Det å komme uanmeldt på besøk er ikke vanlig lenger. Vi skal ikke forstyrre hverandre i våre travle hverdager (Men det må sies at på mindre plasser i Norge holder man i større grad på gamle mattradisjoner og legger oftere et uforpliktende og uanmeldt besøk til hverandre).

Det er ikke lett å forklare nordmenns særtrekk og hvordan mange av våre verdier og prioriteringer er endret i oppbyggingen av samfunnet. Norge er i dag under en langt større forandring bort fra typiske norske verdier, enn hva som kjennetegnet Norge i 50-60-tallet. Etter krigen gjaldt det å stå sammen og bygge opp landet sammen. I dag har flesteparten av Norges befolkning ikke opplevd andre V.K med nød og rasjonering av varer. I dag regnes mangfold og overflod som en selvfølge. Særlig etter at Norge fant olje. Staten har fått en enorm inntektsøkning, samtidig som mange private har fått jobb i oljeindustrien. Men for Norge og nordmenn, har dette nesten vært som å vinne i Lotto; plutselig har man masse penger, men ingen tradisjon for å forvalte dem på en fornuftig måte. For å sitere Norsk Tippings slagord: "Lotto-millionærer er ikke som andre folk!"

Vi er blitt en mer sammensatt gruppe bestående av mennesker fra ulike lands kulturer, vi er mennesker som har reist mer og opplevd andre levemåter og andre verdier.

Norge står mellom tradisjon og nye verdier, mellom mye av det som har formet oss og det vi ønsker å være. Et samfunn i rask forandring vil oppleve gnisninger i det som er lagt til rette for oss opp gjennom tidene, gjennom et lands kultur, og de nye raskt voksende behovene som melder seg for store grupper i samfunnet.

Oppsummering

Det statlige og kommunale må gripe tak i de offentlige rommene for å legge til rette for møter mellom mennesker. Matvarebransjen og serveringsbransjen har allerede begynt å ta tak i de nye trendene; det har så vidt kommet matbutikker med servering og sitteplasser i butikkene. Kaffebarene dukker opp overalt som upretensiøse treffsteder.

Bergen er den byen som kanskje har vært flinkest til å tilrettelegge for store offentlige byrom; treffsteder og opplevelsesplasser for ulike aktiviteter. Torgallmenningen, Fisketorget, Nordnesparken og Lille Lunggårdsvann er en del av Bergen bys bevisste identitet. I tillegg ser vi at byen legger ned store ressurser i byrehabilitering som også inkluderer gatetun og små møtesteder i estetisk harmoni.

5.7 Serveringsbransjen

Intro

Kaffebarene er eksempler på en stor forandring i serveringsbransjen de seneste årene. Kaffebarene representerer de “nye” ønskene for offentlige sosiale møtesteder, og de tilbyr kaffedrikker som for bare noen få år siden var sjeldenheter her i Norge. Hovedutviklingen og de store forandringene i serveringsbransjen skjer i byene. Her er det større marked og flere mennesker som bruker bransjen oftere.

Jeg skal ikke gå inn å fortelle om alle de forskjellige tilbudene som finnes innen serveringsbransjen, når det gjelder konsepter og nasjonaliteter på kjøkkenene – men det er blitt mange etterhvert.

Det finnes fortsatt konditorier, kaféer, restauranter og barer, men de har naturlig nok forandret seg med skiftende trender, ønsker og tilgang på andre råvarer enn tidligere. I tillegg til disse tradisjonelle

stedene har det som nevnt kommet kaffebarer, sushibarer – i det hele tatt flere barer. Vi vil ha små spesielle plasser som vi føler lager noe helt spesielt for oss – vi har funnet noe særpreget og “eksklusivt” blant mylderet av tilbud og varianter.

Globalisering og turisme

Globalisering og turisme fører også til et multinasjonalt “likt” tilbud over “hele” verden. Dette blir presentert gjennom multinasjonale kjeder (eksempel McDonalds) og konsumeres av store like turistgrupper som vil ha kjente og forutsigbare retter til en forholdsvis lav pris. Det er selvfølgelig forskjellige typer retter som er populære forskjellige steder verden over, men innen det store fastfood-tilbudet som de fleste benytter seg av, finnes det en del klassikere som går igjen i de fleste landene; kinamat, pasta, pizza, hamburgere, pølser, kebab og nudler. Det er ikke nødvendigvis kinesere som står på kjøkkenet og lager de kinesiske rettene, eller italienerne som lager pizza og pasta – mange av rettene er blitt “allemannseie” – alle kan lage dem.

Ved stadig flere store selskaper som serverer like produkter verden over, er det fare for at tilbudet blir forflatet og kjedelig. Samtidig blir disse store tunge aktørene de dominerende i bransjen – det blir de som har råd til å kjøpe/leie seg inn i byene og kjøpesentre osv. Disse spisekonseptene blir også det mest brukte med sin dominans og priskonkurranse – de er med å “oppdra” folks smak på hvordan maten skal smake og hva kundene/gjestene er villig til å betale for den. Men dette skal jeg ikke si noe mere om – serveringstilbudet har kommet for å bli, mange nok vil ha det slik. Det er også mer penger å tjene på den raske lettvinde maten, framfor mer tidkrevende mattilberedning som krever større kunnskap av både de ansatte og gjestene, samt dyrere priser for å klare å tjene noe på produktet.

Store kjeder og små spesialiteter

Samtidig som utviklingen går mot færre og større like kjeder, blir det også mer rom og behov for spesialiteter og små nisjemarkeder. Mange vil ha noe utover det alle har tilgang på, og det er innen disse stedene jeg synes det skjer mye spennende. Små steder åpnes av alt fra idealister med lite penger, men gode idéer og produkter, til små steder startet av profesjonelle folk fra serveringsbransjen med tunge investorer i ryggen.

Godt etablerte og kjente kokker hopper av trygge jobber i gode restauranter for å starte egne steder som medfører mer arbeid og kanskje mindre lønn. Man vil gjerne gjøre noe selv, noe som ikke var

mulig å gjøre i den settingen man var i tidligere. Forbrukerne er hele tiden på leting etter nye steder og nye konsepter. Mange flere stiller med økt kunnskap og erfaring, større krav til serveringsbransjen.

Sushi på mandag og stekt rype på lørdag

Vi har fått mattjenester som ikke lenger bare serverer mat hjem til folk (slik som har vært vanlig tidligere med koldtbord, gryter etc ved f eks en konfirmasjon), men flinke restaurantkokker og servitører som serverer topp restaurantkvalitet innenfor kundens hjem – på deres eget kjøkken. Vertskapet kan selv slappe av og kose seg med sine gjester. Denne ordningen brukes blant annet av en stor gruppe som har brukt restaurantene mye gjennom representasjonsmiddager med jobben og kundeforbindelser. Hjemmet gir et helt annet møte og samvær med gjestene enn hva restaurantene kan gi.

Dette skjer altså samtidig med at det er flere som bruker serveringsbransjen oftere både som lunsj –og middagssted. Trendene og de forskjellige ønskene er mange og de finnes parallelt. Dette er noe som kjennetegner tiden; flere bruker de ulike tilbudene til ulike anledninger. Sushi i byen med kjæresten kanskje den ene dagen, og norske tradisjonelle retter hos kokken Arne Brimi i Lom sammen med venner, arbeidskollegaer eller kundekontakter neste uke. De samme menneskene bruker ulik mat og måltidsform etter ulike behov og hva de har av tid. Det er ingen fasitsvar på hva og hvordan man spiser. Dette er et spennende utgangspunkt for de som ønsker å satse på bransjen, om det gjelder et serveringssted, eller matprodukter til matvarebransjen.

Oppsummering og konklusjon Denne oppgaven er ment som teoretisk forprosjekt til min praktiske oppgave; konseptutvikling av et spisested og identitetsdesign for dette.

For å lage et godt serveringsprosjekt må man selvfølgelig vite noe om bransjen, konkurrentene og ikke minst markedet. Men for å forstå markedet – oss brukere av serveringsbransjen, mener jeg det ikke er nok alene å se hvordan vi bruker bransjen, hvilke konsepter som finnes og hvem som er brukere av de ulike tilbudene. Jeg mener man må se hvilken sammenheng blir serveringsbransjen brukt, hva og hvor blir vi tilbudt mattjenester; hvilke mataktører og matarenaer påvirker vårt matmønster?

I forkant av dette, har jeg i oppgaven valgt å ha en innledende historisk del hvor jeg beskriver måltidets plass innenfor- og utenfor hjemmet. Dette først og fremst for å sette vårt forhold til mat i dag i et historisk lys; sammenlikne maten og måltidets rolle mellom disse vidt forskjellige tidsepokene (hva var utgangspunktet og hvor tar vi veien?). Når vi dag har mer enn nok mat og vi kan velge mellom ulike mat – ja, så får maten en helt annen rolle – den brukes ofte som identitetsbærer. Den er en av mange virkemidler for å posisjonere vår personlighet utad til samfunnet.

Langt færre jobber i fysisk hardt arbeid som krever regelmessig inntak av mat, slik som preget 1800-tallets bondesamfunn. Vi kan sitte foran våre datamaskiner og “speede” oss på kaffe og energidrikker uten regelmessig matinntak, for så gå ut å spise på et utested før vi går hjemom kvelden. Langt flere er i arbeidssituasjoner som gjør det mulig å spise mens man arbeider. *Måltidets tradisjonelt sosiale rolle er blitt utsatt på mange felt.*

Og mange felt og faktorer, er det som sagt. Jeg har brukt blant annet mye tid og plass til behandling og drøfting omkring matvarebutikkene og matreklamens rolle på oss forbrukere. Dette av flere grunner. Jeg har ikke lagt skjul på at jeg synes store deler av matvare-Norge er en tragedie, og dette har vært naturlig for meg å påpeke i denne oppgaven. Bransjen er også sett på som en veldig viktig faktor i vårt forhold til vår matverden. Den er tatt med i et helhetlig bilde hvor det er mange aktører som tilbyr varer og tjenester til oss mange ulike brukere .

I dette bildet befinner det seg en del trender og retninger som peker mot forandringer og utviklinger innen vårt forhold og bruk av mat og måltidsformer. Forandringer som vi

kan se er forskjellige fra de ulike menneskegruppene (alder, utdannelse, yrke, bosetting, vareutvalg i butikkene osv). Kjernefamilien eksisterer fortsatt, men er langt oftere utsatt til senere stadie i livet. Denne gruppen representerer i større grad et mer "tradisjonelt" spisemønster; verdier som vi gjennom generasjoner er blitt opplært i (les: faste, regelmessige møter for familiemedlemmene til middag hjemme). At disse også er preget av forandringer og utfordringer, har jeg belyst i oppgaven.

Hva gjør så disse unge velutdannede menneskene som bor i byene og som ikke har fått barn?
Disse har ikke de samme behovene for å komme hjem til barna og familiens fellesskap, og dermed heller ikke hjem til noen «forpliktende» samling til felles måltider. Barna i kjernefamilien påvirker både menyen til familien (hva liker barna – barnevennlig meny), og de påvirker spisemønsteret. De unge uetablerte (de «nye enslige») derimot, bor langt oftere alene eller i "uforpliktende" bofellesskap med andre som ikke nødvendigvis er hverken kjærester eller i familie, men som selv kanskje er i liknende arbeids- og livssituasjoner. De befinner seg ofte i yrker og arbeidssituasjoner som ikke i samme grad har innarbeidet en kultur for felles spisepauser med sine arbeidskollegaer (slik håndtværkere på en byggeplass, lærere på en skole, arbeidere på en fabrikk osv gjør), de har i tillegg en større fleksitid i sin arbeidsdag. De kan gjøre den samme jobben like gjerne hjemme som på arbeidsplassen. Det er disse menneskene som er den største brukeren av ikke-tradisjonelle mat- og måltidsformer, og med det mener jeg ferdigmat tilberedt hjemme alene, eller gruppens bruk av fastdood og serveringsbransjen. Skal jeg i denne konklusjonen la være å kommentere ytterligere faktorer som påvirker denne gruppens bruk av serveringsbransjen/utesteder, ligger nok hovedgrunnen at det ofte ikke i samme grad finnes noe sosialt miljø for dem hjemme. (Boligmarkedet/prisene viser hvor stor gruppen av enslige (uetablerte eller nyskilte som ikke ønsker å gå inn i et nytt samboerforhold med det første) er. Små leiligheter for en person i byene har aldri vært dyrere!). Serveringsbransjen kan da tilby et sosialt miljø – et alternativ til hjemmet. Her kan vi spise med lyd, lukter og andre mennesker rundt oss. Her kan vi spise alene med en avis som selskap uten å føle oss alene. Vi møter hverandre ute på våre stamsteder – med eller uten avtale, og kanskje ender opp å dele bord med hverandre, eller bare hilse på hverandre og registrere at noen av de samme menneskene er på stedet i dag også. Denne bruken av bransjen er økende.

Kundegruppen er en betydningsfull inntekt for bransjen, og utestedene har etterhvert blitt flinkere til å ta hensyn til disse menneskene i utformingen av sine lokaler (flere småbord og barrekker for enslige spisere) og blillige retter som man har råd til å spise oftere. Den sosiale opplevelsen på utestedet blir et alternativ til hva det tradisjonelle måltidet hjemme kan gi, eller eventuelt ikke lenger kan gi hos mange.

Hypotesen er bekreftet.

Når det er sagt, så er trender og retninger i samfunnet mange – også innenfor samme type menneskegruppe. Gruppen som bruker serveringsbransjen oftere, er også den gruppen som stiller større krav til vareutvalget og kvaliteten på matvarebutikkene. De eksperimenterer mer med mat og ber venner hjem til hjemmelaget mat – til måltidets sosiale rolle.

Litteraturlisten «Gastronomi» til bords med historien, av Henry Notaker

«Om kostjoldet i Norge» fra omkring 1500-tallet og op til vår tid, av Fredrik Grøn

«Norsk mat» tradisjoner og gamle matretter, Norges bondekvinnelag

«Ganens makt» norsk kokekunst og matkultur gjennom 1000 år, av Henry Notaker

«Caféen med veggene» levende portretter og morsomme døde, av Paul Grøtvedt

«Matens roller» sosiologisk gastronomi, av Sten Andersson

«Hjemme i Norge» tradisjon og fornyelse, av Gunvor Øverland Bergan, Trinelise Dysthe.

«Et lite stykke Norges historie», av Carl O. Gram Gjesdal

«Kulturelle veikryss» essays om kreolisering, av Thomas Hylland Eriksen

«Arbeidermiljø», under det industrielle gjennombrudd, av Edvard Bull

«Det moderne gjennombruddet i bondesamfunnet»

«...For aldrig mer at skilles...» fra Edvard Munchs barndom og ungdom i Christiania, av Marit Lande

«Fra boknafesk til pizza» sosiokulturelle perspektiv på matvalg og endring av spisevaner i Båtsfjord, Finnmark, av Marianne E. Lien

«Kaffe», av Bodil Stenseth

«Matgleder fra Hordaland», av Bergen kokkenes Mesterlaug

«Endringer i nordmenns matvaner på 80- og 90-tallet», rapport Statens institutt for forbruksforskning

«Mat, arbeid og kultur» konflikt mellom det tradisjonelle og det moderne, Delrapport 4 : Vår matkultur : av Elisabeth Fürst.

«Med smak skal hjemmet bygges», av Kjetil Rollnes

«Vetsskap i Norge»

illustrasjonslisten Hjemme i Norge: illustrasjon 2-12

Kaffe, av Bodil Stenseth: illustrasjon 14 og 20

Matgleder fra Hordaland: illustrasjon 1

Med smak skal hjemmet bygges: illustrasjon 13 og 28

Vertsskap i Norge: illustrasjon 19

Knut Ivar Olsen: illustrasjon 15-18, 21-27, 29-30, 32-34

AG byråene/norsildemel: illustrasjon 31