

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper  
Kandidatuppsats 15 hp | Journalistik | VT 2014  
Programmet för Journalistik och samhällsstudier

# ”Det finaste som finns är att laga mat med hjärtat”

– En kvalitativ undersökning av matjournalistikens förändring i två svenska tidningar

Av: Ida Ahlberg och Cornelia Thomasson  
Handledare: Elin Gardeström

## Abstract

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur mediers gestaltning av mat och matlagning reproducerar livsstilar och identiteter. De senaste åren har mat börjat förekomma alltmer frekvent i olika medier. Varje dag släpps en ny bok om matlagning i Sverige, när vi bläddrar bland kanalerna på tv:n visas nästan alltid någon form av matlagningsprogram och i affären syns rader av matmagasin i tidningsställen.

I genomförandet av vår undersökning har vi valt att använda oss av identifikationsteorin och teorin om användarperspektivet. För att göra detta har vi gjort en kvalitativ textanalys av artiklar ur två svenska tidningar, *Dagens Nyheter* och *Allt om mat*. Med hjälp av ett kodschema har varje artikel analyserats på både makro- och mikronivå. För att få en historisk översikt och landa så nära nutid som möjligt har vi gjort nedslag i 1973, 1993 och 2013.

Resultatet av vår studie visar att det har skett en förändring i matjournalistiken. De tidigare nedslagen var det maten som stod i fokus. Men mellan 1993 och 2013 har det skett en förskjutning i fokus. Det är människorna bakom maten som får störst utrymme i artiklarna. Möjligheterna till identifikation är mycket större 2013 än var de var 1973 och 1993.

Nyckelord: matjournalistik, mat, matlagning, livsstil, identitet, identitetsmarkör, identifikation, användarperspektivet, *Dagens Nyheter*, *Allt om mat*

# Innehållsförteckning

<b>1 Inledning</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Syfte och vetenskaplig frågeställning</b> .....	<b>2</b>
<b>3 Bakgrund</b> .....	<b>3</b>
3:1 1973.....	3
3:2 1993.....	4
3:3 2013.....	5
<b>4 Tidigare forskning</b> .....	<b>6</b>
<b>5 Teori</b> .....	<b>9</b>
<b>6 Material</b> .....	<b>13</b>
6:1 Urval.....	13
<b>7 Metod</b> .....	<b>15</b>
7:1 Metodkritik.....	16
7:2 Reliabilitet och validitet.....	17
<b>8 Resultat och analys</b> .....	<b>18</b>
8:1 Generella drag.....	18
8:2 Bilders betydelse för identitetskapande.....	23
8:3 Konservburkar eller långkok – vilken livsstil förespråkas?.....	29
8:4 Experten och läsartilltalet.....	33
<b>9 Sammanfattning</b> .....	<b>43</b>
9:1 Diskussion.....	44
<b>10 Referenser</b> .....	<b>46</b>

## 1. Inledning

1966 föds en pojke i Johnstone i Skottland. Han får namnet Gordon Ramsey. Nio år senare i Clavering, England sätts Jamie Oliver till världen. I en tidsålder av oljebrist, Vietnamkrig, diskomusik och lågkonjunktur växer dessa två pojkar upp till att bli två av världens mest respekterade kockar och skapar olika håll en matrevolution. Ramsey visar oss alla hur man sköter en restaurang och exakt hur många svordomar som finns i det engelska språket, medan Oliver vill skapa en förändring på hur vi ser på mat från grunden. Med nyttigare skolmat och middagar på 15 minuter vill han få alla att laga middag till sina familjer. I deras kölvatten kommer svenska Mat-Tina och ett försök till att visa att svenska kockar också kan vara arga i tv i program som *Kniven mot strupen* och *Svenska mästarkocken*. Stenen är i rullning. Det börjas prata om surdeg och långkok, inte bara på restauranger längre, utan nu ska alla kunna bjuda på en beouf bourguignon och gärna veta vilket vin som bör serveras till. Utbudet i matbutikerna förändras, fler ekologiska alternativ kommer upp på hyllorna och matjätten *Coop* slutar sälja ägg från höns i bur. Matlagningen är inte längre bara till för mammorna, utan är tillgänglig för alla. Män, unga, till och med matlagningstävlingar för barn på bästa sändningstid visar på att det händer någonting med svensk matlagning i grunden. Nya, nischade matmagasin som *Hunger* och *Äkta mat*, som båda såg dagens ljus under 2013, vittnar om en förändring i vår matkultur. Mat har blivit en livsstil, men har det alltid varit så och vilken roll spelar egentligen medierna i hur vi ser på mat?

Folkliga artister som Per Gessle, Petter och Lasse Stefanz engagerar sig i mat och dryck på sätt som vi inte har sett förr. Både Gessle och Lasse Stefanz med egna viner och Petter med sin "hållkäften-burgare"<sup>1</sup> på nyöppnade restaurangen Käk. Dessutom sadlar Per Morberg om från skådespelare till rustik tv-kock och Eldkvarns Plura lagar mat i bar överkropp i varmare länder. Männan har tagit platser i matlagningens värld och allt fler män ställer sig framför spisen i de svenska hemmen. Att ha tid att baka sitt eget bröd eller kunna slänga sig med fina mättermer på många sätt kopplat direkt till status. Att ha råd att lägga ner tiden som krävs för att det ska finnas nybakat till barnen när de kommer hem från skolan, eller att ha möjlighet att gå på den nya restaurangen där bara ekologiska råvaror används finns ofta hos en redan relativt välställd grupp

---

<sup>1</sup> Anna Norström, "Hiphop-giganten Petter öppnar krog på Söder: "Vi har en håll käften-burgare""  
<http://www.alltomstockholm.se/restaurangbar/article4079050.aos> Hämtad 2014-04-25

i samhället. I och med att dessa egenskaper ofta tillskrivs den övre medelklassen skapas en skillnad till arbetarklassen och att kunna äta färskt bröd varje morgon blir en klassfråga år 2013. För 40 år sedan var frågan säkert inte klassfri, men att skillnaderna var mindre eller i alla fall annorlunda kan kanske medierna vittna om.

Att olika medier rapporterar om mat är ingen nyhet i sig. Det har pågått länge, men hur såg det ut för 40 eller 20 år sedan, och varför har förändringen skett? Genom att undersöka artiklar från tre olika årtal, under 40 år hoppas vi kunna få ett svar på detta. De olika artiklarna kommer från morgontidningen *Dagens Nyheter* och magasinet *Allt om mat* och de utvalda årtalen är 1973, 1993 och 2013. Anledningen till att vi valt att undersöka mat som livsstil bottnar delvis i vårt egna intresse kring mat. Eftersom Ida är glutenintolerant och Cornelia är vegetarian genomsyras vår vardag ofta kring tankar om mat och därmed även matlagning. I och med vårt egna intresse har vi lagt märke till att fler pratar och skriver om mat och att det får allt större plats i olika medier. Dessutom dyker bilder på mat upp allt oftare i flöden på sociala medier som Facebook och Instagram. Ett behov av att ständigt visa upp vad man äter och förvänta sig positiv bekräftelse från sina följare visar att mat har blivit något annat än näring och föda. En markör för identitet och gemenskap och en möjlighet att visa för omvärlden vem man är, genom mat. Eftersom vi uppfattar att detta fenomen har skett de senaste åren och på grund av den mediala plats som mat faktiskt får anser vi att ämnet är både viktigt och aktuellt att forska i.

I uppsatsens första del förklaras syftet och undersökningens frågeställningar presenteras. Under bakgrund kommer stora händelser under de årtal som står för grund för vår undersökning att redogöras för. I kapitlet "tidigare forskning" förklarar vi hur andra undersökningar och andra forskares ansträngningar gynnar vår undersökning. Uppsatsens teoretiska grund presenteras därefter, och sedan introduceras vilken metod vi valt att använda, varför och hur urvalet har gått till. Därefter kommer analysen, som efterföljs av slutsats och diskussion.

## **2. Syfte och vetenskaplig frågeställning**

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur matjournalistik skapar och reproducerar mat som en livsstil. Vi utgår från hur tidningarna *Allt om mat* och *Dagens Nyheter* gestaltar mat och

matlagning över tid. Vilken bild av mat och matlagning förmedlas till läsaren? För att ta reda på detta utgår vi från tre frågeställningar:

Hur förändras de generella dragen i tidningarna över tid?

Hur samspelar text och bilder för att ge läsarna möjlighet till identifikation?

Hur företräder tidningarna olika livsstilar genom mat?

### 3. Bakgrund

*Dagens Nyheter* och *Allt om mat* är två tidningar som funnits länge på den svenska marknaden. *Dagens Nyheter* bildades redan år 1864 medan *Allt om mat* såg dagens ljus 1970<sup>2</sup>, och båda har relativt stora upplagor. *Allt om mat* ligger på cirka 85 000 upplagor, medan *Dagens Nyheter* är en av Sveriges största dagstidningar med en upplaga på 785 000 exemplar.<sup>3</sup> Båda är politiskt oberoende, men *Dagens Nyheter* kallar sig för oberoende liberal.<sup>4</sup> Båda skriver om mat, dock på olika sätt. *Allt om mat* är ett nischat matmagasin, medan matjournalistik hos *Dagens Nyheter* under 1970-, 1990- och 2010-talen främst förekommer under vinjetterna *Vardag*, *Konsument* och *Mat och dryck*.

Mat och andra livsstilar existerar och förändras beroende av vad som händer i omvärlden. Olika ekonomiska förutsättningar, sporthändelser eller politiska omständigheter är alla exempel på saker som kan påverka hur människor lever sin vardag. För att på bästa sätt kunna ta till sig uppsatsen krävs viss grundläggande kunskap om de olika tiderna som materialet till vår kunskap är hämtad från.

#### 3:1 1973

1973 står olja för 55 procent av världens energikälla. Bara 20 år tidigare hade nivån legat på 37 procent. Den så kallade västvärlden och framförallt Västeuropa hade gått från att vara självförsörjande på energi till att vara beroende beroende av import för att klara energiförsörjningen. När den stora oljekrisen bryter ut, som en följd av bland annat

---

<sup>2</sup> Ingen signatur, "Allt om mat", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/allt-om-mat> Hämtad 2014-04-29

<sup>3</sup> Andén, Axel, "Dagspressens räckvidd och upplaga 2013", <http://www.medievarlden.se/nyheter/2013/02/dagspressens-rackvidd-och-upplaga-2013> Hämtad 2014-05-09

<sup>4</sup> W. Johansson, Alf, Sundin, Staffan, "Dagens Nyheter", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/dagens-nyheter/historia/grundande> Hämtad 2014-04-29

oktoberkriget, hamnar inte bara Europa utan hela världen i djup ekonomisk kris.<sup>5</sup> Den svenska malmexporten, stål- och järnindustrin och varven drabbas hårt och Sverige går in i den första lågkonjunkturen sedan efterkrigstiden.<sup>6</sup> Den varar över hela 1970-talet.

I slutet av 1960 och början av 1970 är arbetskraftinvandringen högre än någonsin. Runt två tredjedelar av invandringen står våra nordiska grannländer för, den övriga arbetskraften domineras av jugoslaver.<sup>7</sup> I och med den ekonomiska krisen minskar intresset för invandrad arbetskraft och under resten 1970-talet är det främst familjer till redan inflyttade som kommer till Sverige. På 20 år, mellan 1950-1970 tredubblas antalet utlandsfödda som var skrivna i Sverige. Vanliga människor börjar på ett sätt som de kanske inte gjort förut att möta och lära känna andra kulturer än den svenska. Nu finns det klasskompisar till barnen, grannar och arbetskamrater som inte är födda i Sverige, och ett visst intresse väckts säkert för främmande kulturer. En viss del arbetskraftinvandring från Italien leder till de första svenska pizzeriorna.<sup>8</sup> Intresset för andra matkulturer kommer inte bara från invandring, utan även för det stora intresset för charter. I och med att fyra veckors semester införs 1963 exploderar intresset och lusten att resa, och därmed också intresset för omvärlden.<sup>9</sup> Dessutom öppnar McDonalds sin första restaurang i Sverige 1973.

### 3:2 1993

1993 präglas precis som 1973 av en tung ekonomi. Budgetpropositionen visar ett underskott på 160 miljarder kronor och ett sparpaket på 81 miljarder kronor som kommer att ge arbetslösa, studenter, barnfamiljer och deltidspensionärer mindre i plånboken. Den svenska kronan tappar i värde, Sveriges banker visar stora förluster och arbetslösheten är uppe i 12 procent jämfört med dagens cirka 8,5 procent.<sup>10</sup> I denna tid försvinner även både Postens<sup>11</sup> och Televerkets monopol i

---

<sup>5</sup> Kolare, Suzanne, "Oljekris", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/oljekris> hämtad 2014-04-24

<sup>6</sup> Norborg, Lars-Arne, Gustafsson, Harald, "Sverige", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/sverige/historia/v%C3%A4rldens%20ekonomi/1970-talet> Hämtad 2014-04-24

<sup>7</sup> Nilsson, Åke, "Efterkrigstidens invandring och utvandring", SCB Demokratiska rapporter, 2004, s.19, [http://www.scb.se/statistik/publikationer/BE0701\\_1950I02\\_BR\\_BE51ST0405.pdf](http://www.scb.se/statistik/publikationer/BE0701_1950I02_BR_BE51ST0405.pdf) Hämtad 2014-04-24

<sup>8</sup> Ingen signatur, "Flyktingar och invandrare sedan 1930-talet i Sverige", [http://www.motallaodds.org/factualweb/se/2.3/articles/1930\\_talet.html](http://www.motallaodds.org/factualweb/se/2.3/articles/1930_talet.html) Hämtad 2014-04-24

<sup>9</sup> Alsén, Karin, "En charterhistoria", [http://www.ne.se/static/utskick/nyhetsbrev/resources/09v24\\_prosp\\_rep2.jsp](http://www.ne.se/static/utskick/nyhetsbrev/resources/09v24_prosp_rep2.jsp) Hämtad 2014-04-24

<sup>10</sup> Ingen signatur <http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Arbetsmarknad/Arbetsloshet/Arbetsloshet/> Hämtad 2014-04-24

<sup>11</sup> Gleisner, Anne-Sophie, "Posten AB", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/posten-ab> Hämtad 2014-04-24

Sverige. Televerket byter i samband med detta namn till Telia. Telia tar tillfället i akt och fokuserar på internationalisering och blir delägare i flera utländska bolag.<sup>12</sup>

I kölvattnet av Sovjetunionens upplösning och kontroll över Östeuropa kommer flera stater att förklara sig självständiga. Slovenien och Kroatien 1991 och strax därefter Makedonien. 1992, när Bosnien-Hercegovina utropas som självständiga, utbryter ett inbördeskrig som ska komma att pågå fram till 1995. Många flyr landet och kommer till Sverige.<sup>13</sup> Även Tjeckoslovakien upplöses och två nya stater, Tjeckien och Slovakien bildas. Mitt i alla dessa upplösningar av stater, försöker tolv europeiska stater förändra unionen Europeiska gemenskapen, EG. Efter flera diskussioner och omröstningar kommer länderna överens och EG ombildas till Europeiska unionen. I och med detta tas passtvánget mellan de olika staterna bort och medborgarna av medlemsländerna får fri rörlighet inom unionen.<sup>14</sup>

### 3:3 2013

Detta år ligger oss väldigt nära i tiden, men det kan det vara svårt att komma ihåg vad som hände under det föregående året. Det är också svårt för oss att faktiskt veta vad som är relevant att ta upp. De andra årtalen har både långsiktiga och kortsiktiga följderna syns, men för 2013 har knappt de kortsiktiga gjort sig bemärkta. Här kommer ifall några av de största händelserna under fjolåret.

Året börjar med en så kallad "hästköttskandal". Det irländska livsmedelsverket rapporterar om att hästkött har hittats i hamburgare som säljs över hela landet och snart framkommer det att *Findus* lasagne innehåller nästintill 100 procent hästkött. Fallet blir stort i olika medier och *Findus* meddelade att en anmälan för bedrägeri och avtalsbrott gentemot leverantören kommer att göras.<sup>15</sup>

Ett inbördeskrig pågår sedan några år tillbaka i Syrien och flera miljoner svenskar tvingas att lämna sin hem. Under 2012 och 2013 kom över 14 000 syrier till Sverige som asylsökande.

---

<sup>12</sup>Lönnborg-Andersson, Mikael, Persson, Sten, "Telia AB", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/telia-ab> Hämtad 2014-04-28

<sup>13</sup>Ingen skribent, "Flytingar och invandrare sedan 1930-talet i Sverige", [http://www.motallaodds.org/factualweb/se/2.3/articles/1930\\_talet.html](http://www.motallaodds.org/factualweb/se/2.3/articles/1930_talet.html) Hämtad 2014-04-24

<sup>14</sup>Cramér, Per, Lindah, Rutger, "Unionsfördraget", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/unionsf%C3%B6rdraget> Hämtad 2014-04-24

<sup>15</sup>Ingen signatur, "Hästköttskandalen - detta har hänt", <http://www.dn.se/ekonomi/hastkottskandalen-detta-har-hant/> Hämtad 2014-04-28



Enligt migrationsverket ser läget i Syrien under 2013 inte ut som att det kommer att förbättras och därför får alla flyktingar som kommit till Sverige permanent uppehållstillstånd. Detta innebär även att asylsökande har rätt att ta sina familjer till Sverige och även dessa får rätt till ett permanent uppehållstillstånd.<sup>16</sup>

I maj 2013 skjuts en man ihjäl av polisen och detta av startpunkten för flera dagars oroligheter i stockholmsförorten Husby. Ungdomar tänder eld på bilar och kastar sten i protester mot polisens agerande vid skjutningen. I december i en annan av Stockholms förorter, Kärrtorp, hålls en fredlig anti-rasistisk demonstration. Demonstranterna attackeras av av 50-tal nazister och flera personer skadas.<sup>17</sup> En vecka senare anordnas en stor demonstration mot rasism och nazism och som flera tusentals människor deltar i.<sup>18</sup> Det här året spelas även fotbolls-EM för damer i Sverige, och det svenska landslaget får ett stort genombrott, både medialt och i allmänheten. Den första icke-europeiska påven sedan år 741 utses, han kommer från Argentina. Den första kvinnliga påven kommer nog dröja, men Svenska kyrkan väljer för första gången en kvinna som ärkebiskop. 2013 är även året då Nelson Mandela dör, 95 år gammal.

2013 är en tid med ständigt informationsflöde. Genom datorer, tv, radio och tryckt press finns det möjlighet vara konstant uppdaterade på vad som händer i vår omvärld, och detta är en stor skillnad gentemot de två andra årtalen. 1996 var internetpaketet årets julklapp och 2010 var det surfplattan.<sup>19</sup> Sätten information kan inhämtas har bara ökat sedan internetmodemen började dyka upp i varje hem 1996 och i dag bär de flesta med sig information dagligen i sina smartphones.

#### 4. Tidigare forskning

Att hitta tidigare gjord forskning som innefattar både medier, mat och livsstil eller identitet har visat sig vara smått omöjligt. Visst har forskning gjorts på mediernas publikpåverkan och självklart även på mat, identitet eller livsstil, men kombinationen däremellan verkar det dock vara tunt med

---

<sup>16</sup> Ingen signatur, "Syrier får permanent uppehållstillstånd", <http://www.svt.se/nyheter/sverige/alla-syrier-far-permanent-uppehallstillstand> Hämtad 2014-04-28

<sup>17</sup> Bankel, Anna-Klara, "Polisen: Vi kunde inte skydda demonstranterna", <http://www.svt.se/nyheter/sverige/tumult-vid-antirasistisk-demonstration> Hämtad 2014-04-28

<sup>18</sup> Bie, Nanok, Zuiderveld, Roland, "Mer än 16.000 demonstrerade i Kärrtorp", <http://www.svt.se/nyheter/sverige/11-25-live-fran-karrtorp> Hämtad 2014-04-28

<sup>19</sup> Ingen signatur, "Årets julklapp 2013 - Råsaftcentrifugen", <http://www.hui.se/arets-julklapp> Hämtad 2014-05-09

forskning. Därför har vi breddat vårt forskningsläge och den tidigare forskningen som kommer att presenteras nedan har inte med alla variabler som vi kommer att undersöka i denna uppsats. Dock tror vi absolut att det finns forskning som är gjord som vi kommer att kunna ha användning av, även om den på flera sätt inte liknar vår egen.

I forskningsprojektet *Populära passager: Medierna i det moderna konsumtionsrummet* har forskargruppen<sup>20</sup> bestående av Karin Becker, Erling Bjurström, Göran Bolin, Johan Fornäs och Hillevi Ganetz gjort en etnologisk fältstudie om mediernas roll i ett köpcentrum.<sup>21</sup> Som en del i projektet publicerades år 2000 boken *Det kommunikativa handlandet: kulturella perspektiv på medier och konsumtion*, i vilken de tre forskarna Erling Bjurström, Johan Fornäs och Hillevi Ganetz undersöker hur mening skapas i det kommunikativa handlandet, där medier fått allt större inflytande. Det pågår en medialisering av vårt vardagsliv, våra identiteter och våra delkulturer. I samband med en kraftig expansion av mediesektorn, som digitala medier fört med sig, har medierna blivit ett verktyg när det kommer till att förstå oss själva och världen.<sup>22</sup> Liksom titeln lyder presenterar boken olika kulturella perspektiv för att tolka konsumtion av varor, även medievaror, samt hur medier påverkar vår konsumtion. Mediekonsumtionen belyses som en tvådelad process. Dels fokuserar konsumtionsforskning på mediers inverkan under shoppingmoment som urval och införskaffande av varor, dels mediers inverkan på bruket av varorna.<sup>23</sup> Boken tar bland annat upp hur begreppet kultur definieras som symbolisk kommunikation, som går ut på att skapa gemenskap människor emellan. Människor är aktiva subjekt som använder objekt för att skapa gemensam betydelse och mening.<sup>24</sup> Mediernas inverkan på vår konsumtion av mat nämns aldrig specifikt i boken, eftersom forskningen utförts på ett köpcenter och främst fokuserat på medievaror, men forskningen stärker vår tes om att medier har en stor påverkan när det kommer till konsumentens syn på mat och matlagning.

---

<sup>20</sup> Karin Becker, professor i bildpedagogik. Erling Bjurström, docent i medie- och kommunikationsvetenskap. Göran Bolin, universitetslektor i medie- och kommunikationsvetenskap. Johan Fornäs, professor och medie-kommunikationsvetenskap och Hillevi Ganetz, universitetslektor i medie- och kommunikationsvetenskap.

<sup>21</sup> [http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/13\\_089-092.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/13_089-092.pdf)

<sup>22</sup> Bjurström, Erling, Fornäs, Johan, Ganetz, Hillevi, *Det kommunikativa handlandet: kulturella perspektiv på medier och konsumtion*, Nya Doxa, Nora 2000, s. 9 - 11.

<sup>23</sup> Bjurström, Erling, Fornäs, Johan, Ganetz, Hillevi, 2000, s. 144.

<sup>24</sup> Bjurström, Erling, Fornäs, Johan, Ganetz, Hillevi, 2000, s. 124 - 125.

Helena Sandberg gav 2010 ut boken *Skåne, mat och medier*.<sup>25</sup> Den behandlar ämnet om vilken betydelse de olika platserna som är kopplat till speciella maträtter eller råvaror påverkas av mediernas gestaltning. Hur påverkas mediepublikens föreställningar och känslor kring mat i och med olika mediernas framställningar? Detta görs med full fokus på Skåne. Helena Sandberg skriver tillsammans med Håkan Jönsson i bokens introduktion att mat och matlagning aldrig tidigare har haft så stort medialt utrymme, och de menar att det ges ut en ny bok om dagen, året om, i Sverige som handlar om mat. Även Sandberg och Jönsson konstaterar, precis som vi gör i inledningen, att tv-kockarna har stort inflytande över de rådande mattrenderna. Ett exempel som tas upp i boken berättar om när Mat-Tina i tv valde rapsolja framför olivolja och försäljningen av rapsoljan ökade markant.<sup>26</sup>

Förutom inledningen skriven Sandberg och Jönsson består *Skåne, mat och medier* av ytterligare sju kapitel skrivna av sex andra författare med olika bakgrund. Magnus Lagnevik skriver i kapitlet *Absolut terroir* om den geografiska platsens betydelse för att en produkt ska kunna särskilja sig från andra, liknade produkter på marknaden, dock inte med fokus på mat, utan på sprit.<sup>27</sup> Även om huvudprodukten inte är densamma som vi främst kommer att undersöka finns det delar ur kapitlet som vi kan använda oss av för att få en större förståelse om hur känslor skapas kring mat. Han menar att det finns fem aspekter som är viktiga för att en måltid ska uppfattas som lyckad. Maten, mötet, miljön, atmosfären och styrsystemet. Styrsystemet innebär hur samspelet mellan de övriga punkterna sköts. Det är vid detta tillfälle som berättelsen kring maten blir viktig. Har kantarellerna plockats av värden själv, eller har steken stått i ugnen sedan tidigt i morse? Gästerna vill höra att värden har ansträngt sig. Måltiden fungerar som en scen där värden bygger sin identitet och personlighet med hjälp av maten.<sup>28</sup>

I boken *Mat och miljö* har etnologen Nils-Arvid Bringéus samlat en rad svenska etnologers forskning kring mat och kostvanor.<sup>29</sup> I inledningen skriver Bringéus att maten inte längre endast tillfredsställer fysiska behov, utan även psykiska. Han menar att våra kostvanor aldrig har förändrats så snabbt som de gör nu. Mattillverkarna och producenterna jobbar ständigt med att få

---

<sup>25</sup> Sandberg, Helena (red.), *Skåne, mat och medier*, 2010, Lund: Skånes livsmedelsakademi

<sup>26</sup> Sandberg, 2010, s.12-14

<sup>27</sup> Sandberg, 2010, s.131

<sup>28</sup> Sandberg, 2010, s.148-149

<sup>29</sup> Bringéus, Nils-Arvid, *Mat och miljö: en bok om svenska kostvanor*, Gleerup, Lund, 1970

fram nya produkter som på olika sätt ska vara bättre än den förra. Boken är främst inriktad på vad som äts och hur kostvanorna har sett ut och hur de förändras i och med olika samhällsförändringar, exempel hur kvinnorna började jobba utanför hemmen och det blev vanligt med industriellt framställd mat som lätt kunde tas med till arbetsplatsen. *Mat och miljö* passar på många sätt inte in på den undersökning vi ska göra, men genom att ha större förståelse för hur samhällsförändringar förändrar både hur och vad som äts får vi större kunskap till ämnet mat i stort och även varför matjournalistik har förändrats på det sätt det gjort. Boken har några år på nacken, men vi anser att den ändå är aktuell, då matvanorna i dag, precis som när boken skrevs 1970, ändras konstant. I och med globaliseringen tar människor ständigt till sig nya maträtter och det äts oftare på restaurang, en tendens som troligtvis också har påverkats av globaliseringen. Nils-Arvid Bringéus har skrivit fler böcker om svensk matkultur. I boken *Mat och måltid* skriver han om det svenska bondesamhället. Vilken mat som åts, de olika sederna kring matbordet och även vilka redskap som användes kring mat och matlagning.<sup>30</sup>

I en kandidatuppsats i medie- och kommunikationsvetenskap från 2009, "*Köp på dig så mycket som du har råd med!*" *En studie av journalistiken i Sveriges ledande vinmagasin*, har Chris Henricson skrivit om betydelseproduktionen av alkohol. Henricson har studerat utvalda nummer av *Allt om mat:s* systertidning *Allt om vin*, och studien pekar på att medier är med och skapar och reproducerar alkohol som en hobby.<sup>31</sup> Läsaren av tidningen förutsätts ha goda förkunskaper i ämnet och ser på vin mer som ett fritidsintresse än en dryck. Eftersom mat och dryck ligger nära varandra är det inte otänkbart att vår undersökning kommer visa på att medier gestaltar mat och matlagning på ett likartat sätt som alkohol. Den hypotes vi har om mat har blivit något mer än bara föda liknar den hypotes Henricson har om alkohol som en hobby. Med hjälp av hennes studie har vi därför kunnat hitta förslag på teorier att använda oss av.

## 5. Teori

Mediepåverkan är ett brett och svårdefinierat begrepp. Sedan början av 1900-talet har forskare engagerat sig i ämnet. Fram till mitten på 1900-talet rådde en allmän syn på medierna som oerhört mäktiga, men under andra världskriget började forskare undersöka frågan på ett mer

---

<sup>30</sup> Bringéus, Nils-Arvid, *Mat och måltid*, Carlsson, Stockholm 1988

<sup>31</sup> Henricson, C. (2009). "*Köp på dig så mycket du har råd med!*": *En studie av journalistiken i Sveriges ledande vinmagasin*, Student paper, Växjö universitet

systematiskt sätt. Synen på medierna som maktinnehavare förändrades radikalt – de ansågs snarare vara maktlösa<sup>32</sup> i den bemärkelse att mediepubliken var mycket mer aktiv än man trott. Den tidigare dominerande frågan “vad gör medierna med människor?” ersattes med “vad gör människor med medierna?”. Frågeställningen öppnade för sociologen Elihu Katz forskarperspektiv som kallas för *uses and gratifications approach* eller, på svenska, *användarperspektivet*.

Användarperspektivet bygger på synen på människor som aktiva mediekonsumenter, som konsumerar medier för att få sina behov uppfyllda.<sup>33</sup> I dag anses medierna vara mäktiga, om än inte allsmäktiga, men användarperspektivet används fortfarande. Framst när forskare undersöker mediepåverkan och politik, men teorin är applicerbar och aktuell även i andra sammanhang.<sup>34</sup> Användarperspektivet tar hänsyn till mediekonsumentens olika behov. Till exempel de kognitiva behoven, det vill säga behovet av information och kunskap. Känsломässiga behov, som innebär att mediekonsumenten får utlopp för känslor eller får ta del av innehåll som ger en känsломässig belöning. Mediekonsumenten kan även använda medier för att stärka sitt självförtroende och vinna status, på det sociala planet knyta gemenskapsband genom att något att prata om eller använda medier för att fly verkligheten och vardagen en stund.<sup>35</sup> Användarperspektivet har bemötts med kritik då begreppen kring de olika behoven är otydliga, men har samtidigt hjälpt forskare att förstå hur människor och medier samspelar.<sup>36</sup> Nedan följer de generella behov som den svenske medieforskaren Jesper Strömbäck översatt och valt att presentera i sin bok. sin bok:

*Kognitiva behov* innefattar behovet av information, kunskap och förståelse om saker. Framst handlar behovet om ren fakta, som till exempel kan uppfyllas vid läsandet av en instruktion, en väderrapport och de flesta texter som tillför ny kunskap.

*Känsломässiga behov* handlar om att människor behöver få utlopp för våra känslor, uppleva miljöer och få känsломässig belöning. Det kan handla om att låta sig uppröras av en nyhetsartikel från ett krigshärjat land, eller ett trevligt reportage om den engelska landsbygden.

---

<sup>32</sup> Strömbäck, *Makt och medier - samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska maktbärarna*, Studentlitteratur, 2008, s.61 - 67.

<sup>33</sup> Strömbäck, Jesper, 2008, s.79 - 80.

<sup>34</sup> Strömbäck, 2008, s.88.

<sup>35</sup> Strömbäck, 2008, s.80.

<sup>36</sup> Strömbäck, 2008, s.82.

*Personliga behov* kan vara att stärka självförtroendet eller höja ens status. Det här behovet tillfredsställs när till exempel en artikel bekräftar kunskaper eller åsikter som personen redan har.

*Sociala behov* innebär att stärka relationen till familj och vänner. Behovet kan till exempel tillfredsställas genom att man tittar på samma tv-serie som kollegorna på jobbet och på så sätt att man har något att prata om på kafferasten.

*Flyktbehov* är behovet att fly från vardagliga bekymmer, något som medierna kan erbjuda i form av en inbjudan att leva sig in i andras liv. Filmer och skönlitteratur uppfyller oftast det här behovet.<sup>37</sup>

De olika behoven, i synnerhet flyktbehovet, går att koppla till en annan teori vi valt att använda oss av, nämligen identitetsbegreppet och identifikation, som den norska medieforskaren Jostein Gripsrud skriver om i sin bok *Mediekultur, Mediesamhälle*. Människor har en förmåga att leva sig in i både lyckliga och olyckliga historier. I synnerhet lyckliga Hollywood-slut tenderar att stärka vår självkänsla. En förutsättning för att kunna leva sig in i någon annans liv är att man på något sätt kan identifiera sig med personen.<sup>38</sup> I Gripsruds undersökning av mediernas centrala roll för identitetsbildningen diskuterar han identitetsbegreppet och medier som skapare av *imagined communities*, på svenska kallat "föreställda gemenskaper".<sup>39</sup> Identiteten är uppbyggd av flera olika identiteter, och medierna påverkar i hög grad utvecklingen av dessa. Gripsrud gör skillnad på den sociala/kollektiva identiteten och den personliga identiteten. Den förstnämnda fås genom andras uppfattningar av människor och genom de konstellationer alla är en del av. Kön, klass, ursprung är några av elementen som ingår i den sociala identiteten. Den personliga identiteten handlar om hur människor uppfattar sig själva och vad som skiljer vissa från andra. Vad gör våra egna känslor och erfarenheter speciella?<sup>40</sup> En stor del av vår identitet formas av vår bakgrund och det sociala arv som bärs med från uppväxten. Dock har människor i dag något större inflytande över sin identitet än man hade förr, då bland annat tillgången till sociala medier

---

<sup>37</sup> Strömbäck, 2008, s. 80 - 81.

<sup>38</sup> Gripsrud, 2011, s. 30 - 31.

<sup>39</sup> Gripsrud, Jostein, *Mediekultur, mediesamhälle*, Daidalos, 2011, s. 21.

<sup>40</sup> Gripsrud, 2011, s. 22.

erbjuder interaktion och information som hjälper oss att forma delar av identiteten.<sup>41</sup> Gripsrud beskriver det som att medierna bidrar till byggandet av våra personliga identiteter och ibland kan påverka oss så starkt att de blir en motvikt till andra identitetsbyggande faktorer, till exempel vår bakgrund.<sup>42</sup> När det kommer till identifikation tenderar medier att reproducera och förstärka publikens ideologiska dispositioner.<sup>43</sup> Mediers inflytande när det kommer till att markera vilka konsumtionsvaror som är *livsstilsmarkörer* och *identitetsmarkörer* är starkt. I synnerhet i reklamsammanhang, men även genom nyheter, tv-serier och musik.<sup>44</sup> Medierna har en stor roll när det kommer till identifikation, önskan att bli lik något annat och behovet att definiera sig själv i förhållande till auktoriteter som besitter attraktiva egenskaper.<sup>45</sup> I kulturella sammanhang förekommer flera olika sorters identifikation. Ofta kan flera av de olika typerna förekomma eller kombineras i samma text. Den tyska forskaren Hans Robert Jauss gör en distinktion mellan de olika typerna.<sup>46</sup>

*Associativ identifikation* innebär att man uppslukas av ett kollektivt fenomen, exempelvis ett sportevent eller en konsert.<sup>47</sup>

*Admirativ identifikation* är att leva sig in i en hjältefigur. Det vill säga en karaktär som har attraktiva personlighetsdrag och egenskaper betraktaren själva önskade att hen besatt. De är helt enkelt bättre än gemene person i ett eller fler avseenden. Gripsrud använder superhjälte och gudomlig gestalt som exempel på föremål för admirativ identifikation.<sup>48</sup> I vår undersökning förekommer varken superhjältar eller gudomliga gestalter, men i flertalet av de utvalda artiklarna figurerar kändisar, kockar, författare och andra framgångsrika personer.

*Sympatisk identifikation* är den vanligast förekommande typen av identifikation. När fiktionen är realistisk och hjältefiguren påminner om betraktaren själv, lever den sig in i hans liv som om det

---

<sup>41</sup> Gripsrud, 2011, s. 25 - 26.

<sup>42</sup> Gripsrud, 2011, s. 26 - 27.

<sup>43</sup> Gripsrud, 2011, s. 30 - 31.

<sup>44</sup> Gripsrud, 2011, s. 123 - 125.

<sup>45</sup> Gripsrud, 2011, s. 31.

<sup>46</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35 - 36.

<sup>47</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35.

<sup>48</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35.

vore dens eget. Beträktaren känner med hjältefiguren i de motgångar eller angenäma saker som hen möter, eftersom det ofta bekräftar dens egen kunskap, känsla eller åsikt.<sup>49</sup>

De ovanstående begreppen är alla relevanta för vår undersökning, då vi vill studera hur de olika personerna som figurerar i artiklarna framställs. Ytterligare ett begrepp som vi kommer använda oss av, i synnerhet när vi förhåller oss till skribentens relation med läsaren är *parasocial interaktion*. Enligt Gripsrud används begreppet parasocial interaktion för att beskriva relationen mellan en tv-profil och en tv-publik, där publiken inte identifierar sig med personen som syns i tv-rutan. Tv-profiler och programledare i till exempel nyhetsprogram och reality-serier uppträder medvetet på ett sätt som gör att tittaren känner att hen står i direkt och personlig kontakt med varandra. Det här medvetna sättet att kommunicera med tittaren gör att hen först och främst förhåller sig till tv-profilen som om det vore en människa ur det verkliga livet, och inte enbart ett föremål för identifikation. Den parasociala interaktionen utesluter inte identifikation, utan ofta spelar den empatiska identifikationsformen in, precis som i många andra situationer från det verkliga livet.<sup>50</sup>

## 6. Material

Materialet som används i denna uppsats är utvalda artiklar från utvalda nummer från tidningarna *Dagens Nyheter* och *Allt om mat* från åren 1973, 1993 och 2013. Även bilderna i artiklarna kommer att finnas med i vår analys. Detta i samband med diskussioner om artiklarnas uppbyggnad, disposition men även vad bilderna föreställer. En grundare bildanalys kommer att göras och samma teorier som appliceras på texterna kommer att tillämpas på bilderna. Detta eftersom text och bilder samspelar med artiklarna och båda är viktiga för läsarens identifikationsprocess.

### 6:1 Urval

De två medierna vi har valt att undersöka är *Dagens Nyheter* och *Allt om mat*. Dessa två medier valdes med hjälp av effektorienterad urvalsprincip.<sup>51</sup> Tillsammans når *Dagens Nyheter* och *Allt om mat* hundratusentals läsare och i och med detta har de stor potential att påverka många

---

<sup>49</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35.

<sup>50</sup> Horton och Wohl, se Gripsrud, 2011, s.34.

<sup>51</sup> Nilsson, Åsa: *Metoder i kommunikationsvetenskap*, s.129.



människor.<sup>52</sup> Ingen av de två medierna har ett speciellt kön eller åldersgrupp som målgrupp och det som skrivs om mat och dryck anser vi är talande för en slags svensk livsstilsnorm inom mat. Tre årtal har valts ut: 1973, 1993 och 2013. Eftersom *Allt om mat* började ges ut 1970 fanns det från början en tanke om att välja 1970, 1990 och 2010, men vi bestämde oss till slut för att det är mer relevant att det sista nedslaget låg så nära nutid som möjligt. Vi anser dessutom att det kan vara missvisande för resultatet att analysera en nystartad tidning. 1973 hade *Allt om mat* funnits i tre år och hunnit etablera sig. Genom att välja tre årtal med 20 år mellan varje kommer vi lättare och tydligare kunna se de eventuella förändringar som har skett i sätten att skriva om mat. Från vart och ett av dessa tre årtal har sedan sex artiklar valts ut från varje tidning. Alltså totalt 18 artiklar från *Dagens Nyheter* och 18 artiklar från *Allt om mat*. Vi har därmed att allt som allt att analyserat 36 artiklar. Vi valde en artikel från varannan månad under de tre åren. Månaderna vi valde var februari, april, juni, augusti, oktober och december. Genom att sprida ut artiklarna över hela året undviker att vi bara undersöker månader då händelser som till exempel riksdagsval eller stora idrottsevenemang inträffar. Händelser som dessa har en förmåga att påverka tidningsinnehållet och resultatet av vår undersökning skulle då kunna bli missvisande.<sup>53</sup>

För att välja ut en artikel från varje månad bestämde vi oss helt enkelt för att välja en vecka som skulle undersökas, och veckan i varje månad blev för *Dagens Nyheter* vecka två.<sup>54</sup> För *Allt om mat* var det inte möjligt för oss att använda vecka två även där, då magasinet utkommer ungefär var tredje vecka. I vissa månader var det alltså möjligt att *Allt om mat* inte utkom under den valda veckan. Därför valde vi den första tidningen som kom ut under de valda månaderna. Vi fick i och med detta även en spridning i de enskilda månaderna, då vissa nummer kom ut i början, andra i mitten och några i slutet av varje månad.

Artiklarna valdes ut med olika kriterier, dock skilde sig kriterierna åt mellan de två medierna. Detta på grund av att *Allt om mat* är ett nischat matmagasin, medan *Dagens Nyheter* räknas som en morgontidning. Kriterierna för *Allt om mat* var att artikeln skulle finnas med på omslaget, antingen med bild eller utan, och vara en av de artiklar som fick mest plats i magasinet. För att avgöra vad som fick mest utrymme räknade vi helt enkelt sidor. Kriterierna för *Dagens Nyheter*

---

<sup>52</sup> Marklund, Mikael, "DN går mot trenden", <http://www.medievarlden.se/nyheter/2013/01/dn-gar-mot-trenden> Hämtad 2014-04-29

<sup>53</sup> Nilsson, Åsa: *Metoder i kommunikationsvetenskap*, s.130.

<sup>54</sup> Johansson, Bengt: *Metoder i kommunikationsvetenskap*, s.91.

var att artiklarna skulle vara publicerade under vinjetterna *Vardag*, *Konsument* eller *Mat och dryck*. De olika vinjetterna berodde på vilket år vi gjorde nedslag i. Under 1970-talet föll de flesta matartiklar under *Vardag*, under 1990-talet låg de under *Konsument* och 2013 under en egen vinjett. Genom att gå efter vinjetterna gick urvalet snabbare och vi fick lätt tag i de artiklar som behandlar mat som livsstil. Självklart finns det en risk att vi med denna metod missat artiklar om mat som varit placerade under andra vinjetter i tidningen. Dock anser vi att tidsvinsten i att hoppa över förhållandevis stora material är större än förlusten att vi kan ha missat enstaka artiklar. Vi anser inte att detta har påverkat vårt resultat.<sup>55</sup>

Även urvalet för *Allt om mat* kan kritiseras. Kriterierna var ju som skrivet ovan att artikeln skulle synas på omslaget och den skulle ha stort utrymme inne i magasinet. I vissa fall fanns det fler än en artikel i ett magasin som uppfyllde kraven. I dessa fall valde vi ut de artiklar som vi uppfattade som den artikel som fick mest utrymme, även om den sett till sidanantalet hade detsamma som en annan. Detta val är självklart subjektivt, men detta problem stöttes inte på ofta nog så att det har påverkat undersökningens resultat.

## 7. Metod

De 36 artiklarna har behandlats med kvalitativ textanalysmetod som sträcker sig över tid. Analysen har genomförts både på makro- och mikronivå. Makronivå innebär att texten analyseras som helhet. På mikronivå undersöks texten på detaljnivå, till exempel ordval. Som stöd för metoden har vi använt oss av *Metoder i kommunikationsvetenskap* av Mats Ekström och Larsåke Larsson.<sup>56</sup>

Som grund för tolkningen av artiklarna har vi använt oss av ett konstruerat kodschema. Varje fråga går att svara utförligt på och en del av frågorna kan tyckas vara likartade. Frågornas likheter är inte nödvändigtvis negativt, då upprepning i svaren kan hjälpa oss att urskilja mönster i texterna.<sup>57</sup> Med hjälp av tio frågor ska vi kunna få en överblick över materialet, sammanställa skillnader och likheter mellan tidningarna och över tid. Att använda frågorna som utgångspunkt

---

<sup>55</sup> Nilsson, Åsa: *Metoder i kommunikationsvetenskap*, s.131.

<sup>56</sup> Ekström, Mats, Larsson, Larsåke, *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Studentlitteratur, 2010.

<sup>57</sup> Ledin, Johanna, Moberg, Ulla, *Metoder i kommunikationsvetenskap*, s.160

möjliggör för oss att sedan göra en djupare kvalitativ textanalys. Kodschemat finns som bilaga längst bak i uppsatsen.

I en kvalitativ analys får tolkningen en mer påtaglig roll än i en kvantitativ analys. Tolkningarna vi har gjort i vår forskning påverkas av de egna erfarenheter och referensramar vi bär med oss. Den tolkning vi som mottagare har gjort är inte nödvändigtvis det upphovsmannen ville förmedla.<sup>58</sup> Det finns en skribent bakom varje text vi har gjort en kvalitativ analys av, vars uppsåt vi inte kan veta säkert. Om vi tolkar den övergripande tonen i en artikel som mästrande eller elitistisk, kan vi inte veta om detta är skribentens "avsikt". För att vara så samstämda som möjligt och för att minimera risken att vi vid läsandet av samma text inte skulle tolka den olika, valde vi att tillsammans analysera tre nummer av *Allt om mat* från 1973. Genom att fylla i kodschemat på egen hand och sedan jämföra och diskutera de svar vi kom fram till, har vi kunnat konstatera att vi i samtliga fall har tolkat texterna på samma sätt.

### **7:1 Metodkritik**

Kvalitativ textanalys kan kritiseras för att vara subjektiv då den ofta behandlar förhållandet mellan skribent och läsare, och vilken betydelse texten har för läsaren. Läsaren måste ha en viss förförståelse för att kunna tolka texterna på det sätt som skribenten avsett.<sup>59</sup> Ett alternativ till denna metod kan vara en kvantitativ metod. Genom att räkna ord, skribenter eller maträtter så hade vi kunnat analysera en större del artiklar och kunnat kollat på fler årtal än med den kvalitativa metoden. Dock är det inte de resultaten som ofta framkommer i en kvantitativ undersökning vad vi är ute efter. När man räknar förekomster av ord eller skribenter går man som forskare inte på djupet av artiklarnas mening, utan undersökningen blir statisk. Historiska händelser och hur artiklarnas samtid speglas skulle gå förlorade i en kvantitativ undersökning. Genom att använda oss av en kvalitativ textanalys kunde vi bryta ner texten, utan att förlora helhetsbilden.<sup>60</sup> Dock finns det självklart ett problem när det kommer till subjektivitet inom den kvalitativa metoden.

---

<sup>58</sup> Ekström Mats, Larsson, Larsåke, *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Studentlitteratur, 2010, s. 16.

<sup>59</sup> Ledin, Johanna, Moberg, Ulla, *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Studentlitteratur, 2010, s.176f

<sup>60</sup> Ledin, Johanna, Moberg, Ulla, *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Studentlitteratur, 2010, s.160.

## 7:2 Reliabilitet och validitet

Vi har strävat efter hög reliabilitet genom att välja ut 12 artiklar från varje tidsnedslag, efter strikta kriterier och analyserat dessa efter ett kodschema som vi har utformat tillsammans. Det ger en tydlig bild över hur matjournalistik såg ut under de olika årtalen och de förändrades i relation till varandra över åren. Vi är dock medvetna om att i och med att vi valde ut tre olika årtal kan vi ha missat viktiga händelser och gått miste om kunskap till varför vissa förändringar kan ha skett. Dock kan denna undersökning ge en antydning till varför matjournalistiken har sett ut som den har gjort de senaste 40 åren. Det finns dessutom andra faktorer som kan påverka reliabiliteten. En av dessa är den mänskliga faktorn. I och med att vi delade upp artiklarna mellan oss uppkommer risken för att vi har tolkat texterna på olika sätt. Men som det nämns ovan inledde vi analysen genom att tillsammans analysera tre artiklar och dessutom har vi under hela processen haft ett nära samarbete med varandra och nära till diskussioner angående eventuella problem. Genom ett noggrant utformat kodschema och tydliga frågeställningar och tematiseringar anser vi att även validiteten är hög då det vi undersökt "...har med saken att göra".<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Ekström, Larsson 2010, s. 14

## 8. Resultat och analys

Analysen och resultatet är uppdelad i fyra olika delar. I den första delen presenterar vi stora, generella drag som är karaktäristiska för de olika årtalen i respektive tidning. I del två går vi djupare in på de generella dragen och analyserar vårt resultat med hjälp av våra teorier, då med fokus på bildernas innehåll och storlek och vilken betydelse dessa har för läsaren. Även i del tre och fyra analyseras resultatet med hjälp av teorierna. Fokus kommer då att ligga på vad som faktiskt står i artiklarna. Analysen och resultatet inleds som redan nämnts med att behandla de tre utvalda årtalen i stora drag. Vad är talande för de olika årtalen för respektive tidning? *Allt om mat* är först ut.

### 8:1 Generella drag

*Allt om mat* 1973

I de utvalda artiklarna från 1973 är det maten och priserna som är centralt. Bilderna föreställer mat och med varje artikel medkommer ett eller flera recept. Artiklarna är disponerade på ett sådant sätt att recepten är den del som får störst utrymme. Betoningen ligger på att maten ska vara billig och lättlagad. I fyra av sex artiklar framgår det tydligt av både rubriker och brödtext att artikeln är bra att läsa för den som vill spara pengar och vara ekonomiskt smart. Fem av sex artiklar är skrivna av kvinnor. Skribenterna har företräde när det kommer till åsikter och presentation av information, och någon genomgående källhänvisning förekommer inte. Det är ovanligt att intervjupersoner förekommer i artiklarna. Man kan ana att skribenten vid vissa tillfällen använt en muntlig källa. Ett exempel är reportaget som skribenten Signe Rolf gjorde om mat i Jugoslavien. Hon är på besök hemma hos den jugoslaviska kvinnan Anna Raguz, där hon bjuds att ta del av landets matkultur.<sup>62</sup> I ett stycke skriver Signe Rolf följande:

Anna Raguz har svensk anknytning. Hennes son är gift med en svenska. De har en trevlig restaurang utanför Porec - Meduca. Där spelar cikadorna i gräset med man intar kvällsmåltiden.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Rolf, Signe, "Jugoslavien: Här möts öst och väst", ur *Allt om mat*, nr. 13 1973.

<sup>63</sup> Rolf, Signe, "Jugoslavien: Här möts öst och väst", ur *Allt om mat*, nr. 13 1973.

Detta är information som skribenten med största sannolikhet fått genom ett samtal med Anna Raguz, antingen det har skett med hjälp av en tolk eller inte. Dock finns det inget talstreck som visar att Anna Raguz uttalat sig.

Genomgående i artiklarna kan man se att det finns en fascination för andra matkulturer än den svenska. Skribenterna presenterar gärna mat från andra länder, men redogör också för läsaren att recepten gjorts om för att passa den svenska smaken.<sup>64</sup> Åt andra hållet experimenterar skribenterna också med svenska maträtter och ger dem en touch av andra länder. Till exempel får tomatpajen ett inslag av sardeller och heter då ”fransk tomatpaj”<sup>65</sup>. Spenaten som serveras till den stekta laxen har tillagats med lite vitlök och blir således ”fransk spenat”<sup>66</sup>.

### *Allt om mat 1993*

I artiklarna från 1993 ligger fokus fortfarande på att maten ska vara billig, men rubrikerna har en lättsammare ton än 1973. Rubriksättaren använder sig av utropstecken, frågetecken och ordlekar. Det handlar inte bara om maten på tallriken. I bilder och text presenteras även miljöer och människor. Maten har flyttat ut ur det egna köket och in på restaurang. Mat från andra kulturer har plockats upp i det svenska restaurangköket. I april 1993 publicerades en lång artikel om sex olika krogar i Stockholm och Göteborg. I en lite längre introducerande text om krogtrender benämns 70-talet som en tid då pizzerior, kinarestauranger och hamburgerhak poppade upp överallt och försvann. Det har hänt mycket sedan dess, två decennier senare i en ekonomiskt kärvtillvaro har många restauranger valt att satsa på nya mattrender till billigare priser.<sup>67</sup>

Nu finns det inte en krogtrend. Det finns flera. Samtidigt. För varje smakriktning, för varje plånbok. Nischerna på krogfronten blir allt fler och smalare. Det gör också att det just nu händer oerhört mycket innanför restaurangdörren. Det är helt plötsligt spännande och överkomligt att äta på lokal igen.<sup>68</sup>

---

<sup>64</sup> Rolf, Signe, ”Jugoslavien: Här möts öst och väst”, ur *Allt om mat*, nr. 13 1973.

<sup>65</sup> Gandy, Margareta, Linvall, Gunvor, ”Nu börjar Allt om mat:s GRÖNSAKSSKOLA: Det här är riktig mat, ur *Allt om mat*, nr. 10 1973.

<sup>66</sup> Thermaenius Göransson, Maj, ”Pass på i påsk” ur *Allt om mat*, nr. 5 1973.

<sup>67</sup> Kroon, Eta, ”Nya tider, nya seder, nya sätt att äta” ur *Allt om mat*, nr. 5 1993.

<sup>68</sup> Kroon, Eta, ”Nya tider, nya seder, nya sätt att äta” ur *Allt om mat*, nr. 5 1993.

Det här nedslaget är det fortfarande skribenten som har veto. Könsfördelningen bland skribenterna är jämn i de utvalda artiklarna och oftast är det minst två skribenter på varje text, men det är fortfarande få intervjuer. Bland de utvalda artiklarna finns det två intervjuer, men ingen av dem är särskilt utförlig eller talande. I en artikel om restaurangen Bröderna Olsson klumpas de tre grundarnas utläggningar om vitlök ihop i ett gemensamt talstreck:

Kanske blir man sedan frestad att ta vitlöksglass till dessert! Ja, ska man äta hos bröderna Olsson, får man inte vara rädd för vitlök, chili och rock n'roll, eller som de själva säger: – Inge' feg-lir, det ska va' ordentligt mycket!<sup>69</sup>

### *Allt om mat 2013*

År 2013 förväntas läsaren av *Allt om mat* besitta djupare kunskap om mat och dryck än tidigare. Artiklarna innehåller inte husmorstips i samma utsträckning som tidigare årtal. Innehållet kretsar inte kring billiga maträtter eller bekvämlighet utan var maten kommer ifrån och hur man lagar det från grunden. Majoriteten av artiklarna är liksom 1973 skrivna av kvinnor, men det är inte längre skribenten som frammålas som experten i ämnet. Istället är experterna de intervjuade personerna, som ofta är erkända inom restaurangbranschen. Betoningen ligger på att göra läsaren till ett proffs i köket:

– Ett annat bra tips är att alltid väga mjölet, inte mäta upp det. Om man vill vara riktigt proffsig investerar man i en sockertermometer; med den får både sockerlagen, sylten och marmeladen perfekt temperatur.<sup>70</sup>

Även alkoholen märks tydligare än tidigare, både i bild och text. Varje artikel om alkohol innehåller också en lista över viner i olika prisklasser och det är inte ovanligt att människor i bilderna porträtteras med ett glas champagne eller vin i handen.<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup> Gärdebäck, Charlotte, Gustafsson, Thomas, "Vtlök? Här drämmer man till med rejäla doser!" ur *Allt om mat*, nr. 13, 1993.

<sup>70</sup> Eriksson, Yvonne, "Bullar deluxe - Baka med årets konditor", ur *Allt om mat* nr. 3 2013.

<sup>71</sup> Turunen, Malin, "Niklas festmat" ur *Allt om mat*, nr. 15 2013. Se även: Lina. Von Heland, Gunilla, Hultgren Karell, Gunilla, "Vinvänliga festmenyer" ur *Allt om mat* nr. 5 2013 och: "Gott nytt år! Generöst & romantiskt hos Camilla Thulin" ur *Allt om mat*, nr. 1 2014.

### *Dagens Nyheter* 1973

Precis som i *Allt om mat*:s artiklar från 1973 är det fokus på priserna i *Dagens Nyheter*s artiklar 1973. Att maten ska vara billig att tillaga framkommer sällan i rubrikerna, men syns på flera ställen i brödtexterna. Skribenten talar om att i februari är det dags för att koka apelsinmarmelad, till och med priset på apelsinerna nämns.<sup>72</sup> I en artikel om kräftor är det fullt fokus på priset då de färska kräftorna benämns som en “ren lyxvara” och “otänkbara i pris” medan de frysta får rollen som ett bra substitut.<sup>73</sup> Även matlagningens bekvämlighet är viktig under detta årtal. I ett recept på pizza uppmanas läsaren att använda sconesmix som blandas med vatten för att göra en pizzadeg.<sup>74</sup> I en annan artikel med rubriken “Låt ugnen klara maten. Kalasgott och bekvämt innan vi reser” listas flera recept på gratänger som bekvämt kan tillagas enbart med hjälp av ugnen.<sup>75</sup>

Alla artiklar har kvinnliga skribenter och bygger på skribenternas egna erfarenheter och åsikter. Trots att artiklarna vid ett par tillfällen innehåller andra huvudpersoner än skribenten själv får dessa sällan komma till tals själva. Skribenterna sätter sig ofta själv i en maktposition genom att påstå att de har bästa receptet eller att om maten inte tillagas på det sätt som är föreslaget kommer det helt enkelt inte att bli bra.

Jag tror jag vågar säga att detta ursprungligen engelskt-skotska recept, som jag en gång fick av Joan Kerr, med vilken vi något år råkade dela hus med i London, är den bästa i sitt slag.<sup>76</sup>

1973 tar brödtexten upp större delen av artiklarnas utrymme. Bilder förekommer i alla artiklar förutom en och bildernas utrymme begränsas till mindre platser.

### *Dagens Nyheter* 1993

Även 1993 är det fullt fokus på vad maten kostar. Även läsaren med en tunnare plånbok ska kunna laga festmat<sup>77</sup> och tips på hur läsaren kan få vanlig köttfärs att smaka som det dyrare

---

<sup>72</sup> Pernilla, “Apelsinmarmelad - nu är det dags!” ur *Dagens Nyheter*, 13 februari 1973

<sup>73</sup> Pernilla, “Liten risk för dålig smak trots lång tid i fryshus”, *Dagens Nyheter*, 9 augusti 1973

<sup>74</sup> Hemberg, Birgit, “Dr Wiechels fina ansjovis - gör den själv”, *Dagens Nyheter*, 12 april 1973

<sup>75</sup> Pernilla, “Låt ugnen klara jobbet. Kalasgott och bekvämt innan vi reser”, *Dagens Nyheter*, 14 juni 1973

<sup>76</sup> Pernilla, “Apelsinmarmelad - nu är det dags!” ur *Dagens Nyheter*, 13 juni 1973

<sup>77</sup> Nilsson, Astrid, “Årets kock bjuder på festmat”, *Dagens Nyheter*, 11 februari 1993



viltköttet förekommer bland artiklarna.<sup>78</sup> Råvarorna ska vara billiga och läsarna uppmanas ofta att välja ett billigare alternativ, till exempel fryst lågpriskyckling som föreslås i en artikel från augusti. Samma artikel är ett bra exempel på hur skribenten är huvudpersonen i artikeln. Det är hon som har kunskapen om hur maträtterna ska tillagas, och för att bevisa att hennes kunskap är den rätta hänvisar hon till olika källor.

Och så måste ni prova Clarys makrill; receptet kommer från Hamburg och där vet man hur makrill ska tillagas.<sup>79</sup>

Metoden att sätta sig själv som skribent i en huvudroll framkommer i stort sett i alla artiklar, undantaget är en artikel om öljättar som får konkurrens från mindre bryggerier, där finns ingen intervjuperson med heller, så ingen blir personen med makt. Även om artiklarna i vissa fall har med intervjuade personer lyckas skribenten ändå ta den största platsen. Detta genom att tala om för läsaren vad personen säger, i stället för att ge personen ett talstreck. Bilderna har 1993 fått större utrymme än på 1970-talet och i samtliga artiklar får bilderna minst en tredjedel av det totala utrymmet. Det är fortfarande kvinnor som skriver de flesta artiklarna, undantaget även denna gång är artikeln om öl som är skriven av både en man och en kvinna.

### *Dagens Nyheter* 2013

Artiklarna från 2013 skiljer sig från de föregående årtalen. Fokuset på vad maten kostar har försvunnit och det har även de allsmäktiga skribenterna. Fyra av de sex artiklarna är skrivna av utomstående "experter". Dessa artiklar består i stort sett endast av recept och "experterna" jobbar inom matbranschen på något sätt. De sätts i maktpositioner genom att ord som till exempel "Glassdrottning"<sup>80</sup> och "Sommelier, house-dj och dryckesskribent"<sup>81</sup>. Ofta har skribenten en nyutgiven bok som marknadsförs i samband med att recept från boken publiceras i artikeln. De övriga två artiklarna är skrivna av *Dagens Nyheter*s krönikör Jens Linder, dock är även han kock men presenteras inte som det i artiklarna. Totalt har hälften av artiklarna manliga skribenter och hälften kvinnliga.

---

<sup>78</sup> Nilsson, Astrid, "En smak av vilt efter glöggen", *Dagens Nyheter*, 9 december 1993

<sup>79</sup> Nilsson, Astrid, "Kronhill mer än kräftkrydda", *Dagens Nyheter*, 12 augusti 1993

<sup>80</sup> Emson, Nicole, "Livet på en pinne", *Dagens Nyheter*, 8 juni 2013

<sup>81</sup> Tumble, Alf, "Bästa recepten på en lyckad kväll", *Dagens Nyheter*, 13 april 2013

Vilka krav *Dagens Nyheter* ställer på sina läsare är annorlunda gentemot de tidigare årtalen. Om det tidigare var okej att använda sig av sconesmix till pizzadeg är tonen annorlunda 2013.

En pizza i napolitansk anda kräver en pizzabotten som denna. Den är gjord för att tänjas tunn med höga, luftiga och krispiga kanter, men det precis lika bra att kavla. Hemligheten är en kylig natt. Genom kalljäsning utvecklas gluten och smak optimalt.<sup>82</sup>

I artiklarna från 2013 får bilderna en mycket stor plats av det totala utrymmet. Alla artiklarna kläs av bilder som tar upp mer än hälften av platsen. Vissa bilder är tagna av *Dagens Nyheter*s fotografer, medan vissa är tagna direkt från de olika experternas böcker.

## 8:2 Bilders betydelse för identitetskapande

Bilder har stor betydelse för människors förmåga att leva sig in i texter. I en artikel utgör bilderna ett bra komplement till brödtexten eftersom de tilltalar sinnen och väcker känslor som texten ensam inte lyckas med. Bilderna hjälper oss att tillfredsställa känslomässiga behov, det vill säga behovet att uppleva andra miljöer och känna den känslomässiga belöningen när man vilar ögonen på något som ser riktigt gott ut.<sup>83</sup> När människor börjar figurera i bilderna hjälper de oss i samverkan med texten att tillfredsställa ett annat behov, nämligen flyktbehovet. Flyktbehovet är vårt behov av att fly från vardagsbekymmer, och det är lättare att tänka sig in i någon annans vardag när det faktiskt syns människor på bilderna.<sup>84</sup> Människor på bilder blir föremål för identifikation. Den tyska teoretikern Hans Robert Jauss menar att människor är mottagliga för flera olika sätt att identifiera sig på. I kulturella sammanhang, så som bilder, kan flera av de olika identifikationstyperna förekomma och samspela. En bild i en tidningsartikel som innehåller människor väcks den sympatiska och admirativa identifikationsmekanismen. Den sympatiska identiteten hjälper läsaren att identifiera sig med människorna på bilderna, skribenten och även texten. Bilderna bekräftar vår egen kunskap på så sätt att det som görs på bilden kan även läsaren göra. Vårt självförtroende ökar. Den admirativa identifikationen sker när läsaren ser upp till personerna på bilderna. Läsaren ser upp till denne, och vill besitta samma egenskaper. Ofta sker detta när kändisar eller yrkespersoner syns på bilderna, som till exempel kockar,

---

<sup>82</sup> Hartelius, Carin, "Pizzapyssel", *Dagens Nyheter*, 14 december 2013

<sup>83</sup> Strömbäck, 2008, s. 80.

<sup>84</sup> Strömbäck, 2008, s. 80 - 81.

matskribenter eller bagare. Genom att applicera dessa olika begrepp och perspektiv på vårt bildmaterial kan vi förstå varför bilderna har ändrat i storlek och varför innehållet i bilderna har genomgått en förändring.

### *Allt om mat*

Bilder och foton tycks alltid ha haft en stor plats i *Allt om mat*, men även där syns en förändring över tid. Förändringen har inte att göra med antalet bilder eller hur mycket plats de upptar, utan snarare vad som har skett i motiven. Bilder på mat kan få det att vattnas i munnen på betraktaren, men bilder på människor ger läsaren någon att identifiera sig med. Kombinationen av matbilder och bilder på människor uppfyller läsarens känslomässiga behov i större utsträckning än bilder på bara mat. Går man efter Strömbäcks behovslista erbjuder kombinationen av bilder som i synnerhet syns 2013 uppfyllandet av känslomässiga behov så väl som flyktbehovet.<sup>85</sup>

Vid nedslaget 1973 var det till största delen mat som figurerade på bilderna i artiklarna. Foton på tillagade rätter på fint dukade bord och illustrationer av frukt och grönsaker upptar helsidor i tidningen, ur fågelperspektiv porträtterat på nära håll. Bilderna på mat är tilltalande för läsarens smaksinnen, och uppfyller en del av våra känslomässiga behov. Artiklarnas bilder visar färdiga maträtter eller de ingredienser som presenteras i recept och övrigt text. Satt i kontext visar bilderna för läsaren hur det som beskrivs i texten ser ut. Vid läsningen av ett recept söker läsaren efter information och ökad förståelse för hur maträtten ska tillagas och hur slutresultatet ska se ut. Bilderna på maten är här en viktig komponent, som hjälper läsaren att uppfylla även sina kognitiva behov, det vill säga behovet av information och kunskap.<sup>86</sup> Bland de utvalda artiklarna från 1973 är det endast ett fåtal bilder som föreställer andra saker än mat. Dessa är fördelade på två artiklar. Den första av artiklarna är ett resereportage om Jugoslaviens matkultur. Intill en stor bild av ett dukat bord med maträtten burek finns två mindre bilder. En av bilderna visar två män som lagar mat över en stor utegrill. Den andra bilden visar en grupp människor och en flock kor på en väg. Bakom dem tornar ett berg upp sig. Den andra artikeln handlar om lutfisk i Norge. Den största bilden upptar den undre halvan av ett uppslag och visar en sjö med stugor i bakgrunden. Ovanför den stora bilden finns en mindre bild placerad föreställande en fiskebåt i en

---

<sup>85</sup> Strömbäck, 2008, s. 80 - 81.

<sup>86</sup> Strömbäck, 2008, s. 80.

hamn.<sup>87</sup> De här bilderna presenterar en värld som läsaren hemma i Sverige inte är en del av. De öppnar för läsaren att leva sig in i spännande miljöer och främmande människors liv. Läsarens behov av att fly från vardagen uppfylls för en stund.<sup>88</sup>

I de utvalda artiklarna från 1993 har det inte skett någon förändring i komponeringen av de bilder som föreställer maträtter jämfört med 1973. Däremot finns det fler bilder som föreställer människor i olika miljöer. De här bilderna återfinns i artiklar som handlar om restaurangliv och bilderna föreställer krögare och andra människor som jobbar med mat, i restaurangmiljö. I en artikel om Bröderna Olssons krog i Stockholm finns en bild som visar två av krogens medarbetare bakom en bardisk. De tittar in i kameran och ler brett samtidigt som de manövrerar en stor vitlökspress.<sup>89</sup> I ytterligare ett reportage där skribenter och fotografer besökt olika restauranger i Stockholm och Göteborg återfinns samma typ av bilder. Nio av sexton unika<sup>90</sup> bilder föreställer mat, medan sju bilder föreställer människor i restaurangmiljö, poserande utanför sin restaurang eller i färd med att tillaga mat.<sup>91</sup> Det framgår tydligt att människorna bakom maten är mer intressant än tidigare. Liksom i fiktionens värld är det mer intressant för en läsare att ta del av texter där det finns en person att leva sig in i, ett behov som enbart bilder föreställande mat inte kan uppfylla.<sup>92</sup> Genom att till exempel se medarbetarna på Bröderna Olsson i en jobbsituation, kan läsaren känna sympatisk identifikation. Kanske väcks en känsla av att det här är någonting som läsaren själv skulle klara av att göra, vilket stärker läsarens självförtroende.<sup>93</sup>

2013 syns människor i bild ännu mer frekvent än de har gjort tidigare nedslagen. En bidragande anledning till att bilder av mat till viss del ersatts med bilder av människor är troligen för att det skett en förändring i hur man skriver om mat. Hälften av artiklarna bygger på intervjuer med människor och bilderna föreställer dem. I en artikel från februari 2013 får läsaren möta konditorn Cecilia Andersson. Genom en serie mindre bilder får läsaren följa hennes händer när hon utför

---

<sup>87</sup> Fotograf: Edström, Holger. Rolf, Signe, "Jugoslavien: Här möts öst och väst" ur *Allt om mat* nr. 13 1973. Se även: Fotograf: Frantzén, Lennart. Berg, Kjell, "Våra grannars jul: Lutefisk fra nord til sør" ur *Allt om mat* nr. 16 1973.

<sup>88</sup> Strömbäck, 2008, s. 81.

<sup>89</sup> Fotograf: Svensson, Ulf. Gårdebäck, Charlotte, Gustafsson, Thomas, "Vitlök? Här drämmer man till med rejäla doser!" ur *Allt om mat* nr. 13 1993.

<sup>90</sup> Totalt innehåller artikeln 22 bilder, men sex av dem är dubletter, därav ordvalet "unika".

<sup>91</sup> Fotograf: Edström, Holger, Breitholtz, Björn. "Nya tider, nya seder, nya sätt att äta" ur *Allt om mat* nr. 5 1993.

<sup>92</sup> Gripsrud, 2011, s. 33 - 35.

<sup>93</sup> Strömbäck, 2008, s. 80 - 81.

olika bakningsmoment. Detta varvas av porträttbilder på henne iförd arbetskläder, framför sitt arbetsbord. Hon ler in i kameran, mot betraktaren.<sup>94</sup> Att publicera en bildserie på en människa som tillagar mat ger läsaren har ett föremål för sympatisk identifikation. Läsaren får genom bilderna följa ett händelseförlopp genom en annan människa. Läsaren kan föreställa sig själv knåda deg, sila florsocker över semlor och spritsa bakverk på samma sätt som Cecilia Andersson, och kan leva sig in i både personen och situationen på bilden.<sup>95</sup>

I de två andra artiklarnas porträtteras människorna i något som ska föreställa deras hemmiljö. I en artikel från oktober 2013 får läsaren möta kändiskocken Niklas Ekstedt, som ska bjuda hem folk på mingelmiddag. Det finns i artikeln nio bilder på mat och tre bilder där Niklas Ekstedt porträtteras. I dessa tre bilder avbildas han leende med ett vinglas i handen, och på två av dem står han i sällskap av kollegan Björn Olsson. Bakgrunden är ljus och vad den föreställer är otydligt – det är helt klart människorna som står i fokus.<sup>96</sup> I en artikel från december 2013 möts läsaren av liknande bilder, föreställande designern Camilla Thulin som ska anordna en nyårsmiddag. På de flesta av bilderna av Camilla Thulin har hon fotograferats tillsammans med en grupp leende människor. På en av bilderna skålar de med champagne bakom ett fint dukat bord, på en annan, mindre bild skålar de mot kameran.<sup>97</sup> Läsaren möts av levande bilder, inbjudande leenden och en interaktion de avbildade människorna emellan. De uppfattas vara uppslukade av det som Jauss benämner som associativ identifikation, på samma sätt som publiken under en rockkonsert eller en grupp fotbollssupportrar uppslukas av sammanhanget. För läsaren uppfattas gruppen av människor som något eftersträvansvärt, och bilden väcker kanske en längtan hos läsaren att få vara delaktig.<sup>98</sup>

Representationen av alkohol i bilder har ökat över tiden. 1973 förekom bara bilder av alkohol i ett fall: I matbilderna från reportaget om jugoslavisk matlagning figurerar vinglas i två av bilderna. På en av bilderna skymtar en vinkaraff i bakgrunden.<sup>99</sup> 1993 innehåller fyra av de sex utvalda artiklarna bilder på alkohol. Flera av bilderna där alkohol finns med är i anslutning till

---

<sup>94</sup> Fotograf: Kleinschmidt, Wolfgang. Eriksson, Yvonne, ”Bullar deluxe – baka med årets konditor” ur *Allt om Mat* nr. 3 2013.

<sup>95</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35.

<sup>96</sup> Fotograf: Grimsgård. Jenny. Turunen, Malin, ”Niklas festmat” ur *Allt om mat*, nr. 15 2013.

<sup>97</sup> Fotograf: Pe, Helén. ”Gott nytt år! Generöst & romantiskt hos Camilla Thulin” ur *Allt om mat*, nr. 1 2014.

<sup>98</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s. 35 -36.

<sup>99</sup> Fotograf: Edström, Holger. Rolf, Signe, ”Jugoslavien: Här möts öst och väst”, ur *Allt om mat* nr. 13 1973.

texter som handlar om krogar eller restauranger. Men det finns också en representation av alkohol i form av glas med vin, champagne och öl även i artiklarna som är uppbyggda kring recept. Då som en del av serveringen.<sup>100</sup> År 2013 förekommer alkohol i tre artiklar. Den stora skillnaden här jämfört med de tidigare nedslagen är hur alkoholen presenteras. Alkoholen syns i samband med mat och det finns fristående bilder på vinflaskor, med tillhörande beskrivningar om smak och pris.<sup>101</sup> Men alkoholen är inte längre något som bara står orört på bordet. Den har blivit en del av ett socialt sammanhang. I sina respektive artiklar syns både Niklas Ekstedt och Camilla Thulin med fyllda vinglas och champagneglas i händerna. Människorna på bilderna skålar med varandra och i riktning mot kameran, det vill säga mot läsaren.<sup>102</sup> Genom att titta på bilder av leende människor med höjda champagneglas ges läsaren utrymme att leva sig in i en annan värld.<sup>103</sup> Alkoholen blir också en identitetsmarkör. Läsaren förknippar vinet och champagnen med de kända människorna som ler mot en från bilderna.<sup>104</sup> Eftersom Niklas Ekstedts och Camilla Thulins kändisskap gör dem till föremål för admirativ identifikation, blir alkoholen något i sammanhanget positivt.<sup>105</sup>

### *Dagens Nyheter*

Bilderna som figurerar i *Dagens Nyheter* 1973, 1993 och 2013 har gått igenom stora förändringar genom åren. 1973 fanns det inte alltid bilder till de olika artiklarna och de som fanns var små, svartvita och informerande. Generellt sett var bilderna enkelspåriga och visade en sak. Ofta visades inte bilder på någon av maträtterna som framkom i recepten i artikeln, utan en ingrediens som skulle användas. Det kunde till exempel vara bilder på tomathalvor eller apelsinskivor.<sup>106</sup> Bilder på människor finns endast med i en av sex artiklar. 1993 har bilderna fått större plats än 1973, ofta tar det upp en tredjedel, upp till hälften av artikelns totala utrymme. Det är fortfarande mycket mat som porträtteras men till skillnad från 1973, då det var råvaror som fick synas, har bilder på uppdukade, färdiga maträtter fått tagit plats. I och med att maten faktiskt

---

<sup>100</sup> Fotograf: Svensson, Ulf. "Vittlök? Här drämmer man till med rejäla doser!" ur *Allt om mat* nr. 13 1993. Se även:

<sup>101</sup> Fotograf: Eriksson, Lina. Von Heland, Gunilla, Hultgren Karell, Gunilla, "Vinvänliga festmenyer" ur *Allt om mat* nr. 5 2013.

<sup>102</sup> Fotograf: Grimsgård, Jenny. Turunen, Malin, "Niklas festmat" ur *Allt om mat*, nr. 15 2013. Se även: Fotograf: Pe, Helén. "Gott nytt år! Generöst & romantiskt hos Camilla Thulin" ur *Allt om mat*, nr. 1 2014.

<sup>103</sup> Strömbäck, 2008, s. 80 - 81.

<sup>104</sup> Gripsrud, 2011, s. 123 - 125.

<sup>105</sup> Jauss, Grisprud, 2011, s. 35 - 36.

<sup>106</sup> Pernilla, "Apelsinmarmelad - nu är det dags!", *Dagens Nyheter*, 13 februari 1973. Se även Pernilla, "Låt ugnen klara maten. Kalasgott och bekvämt innan vi reser", *Dagens Nyheter*, 14 juni 1973

har tillagats väcks även vetskapen om att det är en människa som lagat den. Den sympatiska identifikationen gör då att läsaren lättare kan identifiera sig med bilden och därmed texten och skribenten. Läsaren känner att hen besitter kunskaper, till exempel att de vet hur maträtten ser ut som färdig och det kognitiva behovet tillfredsställs. I bilder från 1973 är det nästan ingen av bilderna som tillfredsställer något av användarperspektivets behov och därmed blir läsaren mindre tillfreds med artiklarna och bilderna från 1973 jämfört med 1993.<sup>107</sup> 2013 var året då människor började ta plats i bilderna. Totalt från 1973 och 1993 fanns det endast med människor på två av alla bilder. 2013 finns det bilder till varje artikel och i hälften av artiklarna porträtteras människor. Då människor är med på bilderna är det än lättare för läsarna att identifiera sig med artikeln. Att faktiskt se en man som grillar, istället att bara se en bild på nygrillat kött, bildspråket som var talande för 1993, ger läsaren någon att identifiera sig med. Läsaren känner att även hen kan grilla eftersom hen också besitter kunskaper om att grilla. Självförtroendet ökar och läsarens känslomässiga behov tillfredsställs genom att hen får uppleva miljöer genom bilderna.<sup>108</sup> Även om inte läsaren faktiskt har möjlighet att till exempel grilla erbjuds ändå ett sätt att tillfredsställa sitt behov av flykt. Genom att kunna leva sig in i andras liv kan läsaren leva sig in i någon annans och fly sin egen vardag.<sup>109</sup>

De enda gånger alkohol figurerar på bild är i en artikel från 1993 och i en från 2013. Den från 1993 informerar om att mindre ölbryggerier börjar ta sig in på marknaden. Bilden är en illustration av ett ölsejdel, och i bilden står siffror som visar hur mycket öl som säljs i Sverige, antal svenska ölbryggerier och en karta där bryggerierna är utmärkta. I den andra artikeln får läsarna följa sommeliern, dryckesskribenten och house-dj:n Alf Tumble som guidar läsarna genom krogvärlden. Totalt är det fyra bilder. Bilderna föreställer Tumble sittandes vid en bardisk, där han äter och dricker öl samtidigt som han pratar med bartendern. De andra tre bilderna föreställer maträtter, vin och cocktails. I tre av de fyra bilderna finns alkohol med.

---

<sup>107</sup> Strömbäck, 2008, s. 80-81. Se även Jauss, se Gripsrud, s.35

<sup>108</sup> Strömbäck, 2008, s. 80-81. Se även Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35

<sup>109</sup> Strömbäck 2008, s.80-81

### 8:3 Konservburkar eller långkok – vilken livsstil förespråkas?

Att medierna påverkar hur människor lever sina liv har redan tidigare slagits fast, och därmed även vilken livsstil som förespråkas. I den här delen av uppsatsen analyserar vi hur och vilka livsstilar tidningarna gestaltar de olika årtalen.

#### *Allt om mat*

Ett genomgående mönster från nedslagen 1973 och 1993 är att kostnaden för mat skulle vara så låg som möjligt. I slutet av nästan alla recept från 1973 och 1993 står det angivet hur mycket maträtten kostar att tillaga. I vissa fall, som i februariumret från 1973, jämför man också kostnaden för att tillaga maten själv med att köpa färdiglagat.<sup>110</sup> I februari 1973 lyder rubriken ”Billig bulle i fastan”. Artikeln handlar om hur läsaren kan baka sina egna semlor och således komma billigare undan än vid köp av färdiga semlor.<sup>111</sup> Första meningen i brödtexten ser ut så här:

Satsa på hembakade semlor i år. Är ni en familj som tycker att fastlagsbullar är fest och vill äta ofta så finns det pengar att tjäna i fastan.<sup>112</sup>

Skribenten, Maj Wennerholm, gör sedan en jämförelse som visar att styckpriset för hembakade semlor är 74 öre, medan en köpt kostar 1:40 kronor.<sup>113</sup> Prisets centrala roll i artiklarna från 1973 och 1993 har högst troligt att göra med de lågkonjunkturer som Sverige befann sig i både under 70- och 90-talet. Skribenterna kommer med råd och tips om hur läsaren håller sina matkostnader nere. Läsaren väljer att läsa artikeln för att tillgodose sig information och kunskap. Ett av artiklarnas främsta syften är att hjälpa läsaren att uppfylla sina kognitiva behov.<sup>114</sup>

Billighetsfaktorn talar också för att skribenten har lagt sig på samma nivå som läsaren, och visar en förståelse för läsarens eventuellt dåliga ekonomi. Läsaren känner igen sig i det skribenten skriver och känner en sympatisk identifikation.<sup>115</sup>

---

<sup>110</sup> Wennerholm, Maj, ”Billig bulle i fastan” ur *Allt om mat* nr. 3 1973.

<sup>111</sup> Wennerholm, Maj, ”Billig bulle i fastan” ur *Allt om mat* nr. 3 1973.

<sup>112</sup> Wennerholm, Maj, ”Billig bulle i fastan” ur *Allt om mat* nr. 3 1973.

<sup>113</sup> Wennerholm, Maj, ”Billig bulle i fastan” ur *Allt om mat* nr. 3 1973.

<sup>114</sup> Strömbäck, 2008, s. 80 - 81.

<sup>115</sup> Gripsrud, 2011, s. 35 - 36.



År 2013 har billigt fått en annan innebörd. Det märks väldigt tydligt i en artikel som publicerats i december 2013, om designern Camilla Thulin och hennes nyårsmeny:

På en bra nyårsfest får mat och dryck aldrig sina, det måste vara generöst. Välj en god cava i stället för champagne; jag och mina kamrater gillar att hiva i oss mycket vin när det är fest. Satsa hellre på generöst och mycket och välj lite billigare saker att bjuda på.<sup>116</sup>

Tonen gentemot läsaren är uppmanande och bestämd. Camilla Thulin gör klart för läsaren att mat och dryck ska vara i stora mängder, men det behöver inte vara de dyraste varorna. I citatet nämns "generöst" två gånger, ena gången i samband med "billigt". I det här fallet tycks inte "billigt" ha samma innebörd som i artiklarna från 1973 och 1993, där billigt innebar att dryga ut mat, ransonera vardagsportioner och handla prissänkta varor.<sup>117</sup> I ett stycke längre ner framkommer det att billigt även har med framställningen av maten och dukningen att göra:

Jag vill ha fint porslin och vackra dukar och servetter. "Kameliadamen" med sekelskifteskänsla har varit min inspirationskälla till den här festen, och jag tänker vuxet; det ska absolut inte vara någon ungdomlig fest. Men det behöver inte vara något dyrt. Man kan även välja papperstillrikar och pappersduk och bara skrynkla ihop allting och stoppa ner i en sopsäck efter middagen.<sup>118</sup>

Läsaren får veta att det är acceptabelt att välja det billigare alternativet samtidigt som beskrivningen av "Kameliadamen" som inspirationskälla är Camilla Thulins förstahandsval. Den lyxiga feststämningen som dittills målats upp i texten och sedan bryts av med tipset om att använda engångsartiklar som kan slängas i en sopsäck, gör att den identifikationsökande läsaren troligen finner det första alternativet till dukning mer lockande. Maten, champagnen, det fina porslinet och de vackra dukarna som kopplas samman med Camilla Thulin är alla livsstilsmarkörer som signalerar en viss status. Även om läsaren inte är införstådd i vad "Kameliadamen" betyder, sänder den delen av textstycket ut signaler om en för många eftertraktad livsstil, en livsstil som Camilla Thulin representerar.<sup>119</sup>

---

<sup>116</sup> "Gott nytt år! Generöst & romantiskt hos Camilla Thulin" ur *Allt om mat*, nr. 1 2014.

<sup>117</sup> Helleblad, Görn, "I fiskarnas tecken festar vi marint!" ur *Allt om mat*, nr. 2 1993. Se även Helleblad, Görn, "Billigt, drygt och gott: fyra härliga rätter av 1 kilo köttfärs" ur *Allt om mat* nr. 10 1993 och Thermaenius Göransson, Maj, "Pass på i påsk" ur *Allt om mat*, nr. 5 1973.

<sup>118</sup> "Gott nytt år! Generöst & romantiskt hos Camilla Thulin" ur *Allt om mat*, nr. 1 2014.

<sup>119</sup> Gripsrud, 2011, s. 35 och s. 123 - 125.

2013 har priset ersatts med tid. I en och samma artikel kan det presenteras ett antal smårätter vars beräknade tillagningstid ligger runt tio till femton minuter.<sup>120</sup> Men det finns också plats för recept som tar längre tid. Till exempel syltad höstsvamp med brioché, ur "Niklas festmat". Förarbetet beräknas ta en halvtimme, jäsningen tar fem timmar och tillagningen i ugn tar fyrtiofem minuter.<sup>121</sup> Maten 2013 verkar också vara anpassad för något festligare sammanhang än föregående år. Squashpaket med mandelpesto och brieost<sup>122</sup>, färska fikon med ostfondue<sup>123</sup> och lammstek med rödvinssky, rostade grönsaker och myntapesto<sup>124</sup> är några av maträtterna som står på menyn. I artiklarna från 1973 förekom det mycket mer husmanskost, konservbaserad mat och gratänger bland recepten. Man kunde göra egen kalops med konserverad kalops som bas.<sup>125</sup>

Tre burkar och knappt några färskvaror alls i en billig, god och mättande gratäng.<sup>126</sup>

Citatet ovan är från ett recept på mussel- och tonfiskgratäng från 1973, ett utdrag ur samma artikel som kalopsreceptet är publicerat. Maten 1993 liknar den från 1973. Det är vanligt med gratänger, pajer och moussaka.<sup>127</sup> Fisk och skaldjur, gärna med inslag av kryddor från andra matkulturer förekommer också ofta.<sup>128</sup>

### *Dagens Nyheter*

Ett genomgående, tydligt mönster för artiklarna i *Dagens Nyheter* åren 1973 och 1993 är att det är väldigt viktigt vad maten kostar, den ska vara billig. Överst i receptet står det vanligtvis vad portionspriset blir och ibland finns det även tips på råvaror som är billiga just den årstiden eller veckan. Detta beror troligtvis på de lågkonjunkturer som drabbade Sverige både i början av 1970-talet och i början av 1990-talet. Genom att konstant skriva ut att det är viktigt att tänka på vad maten kostar får läsarna lättare att identifiera sig med skribenten, då många av läsarna kan ha

---

<sup>120</sup> Von Heland, Gunilla, Hultgren Karell, Gunilla, "Vinvänliga festmenyer" ur *Allt om mat* nr. 5 2013. Se även: Turunen, Malin, "Niklas festmat" ur *Allt om mat*, nr. 15 2013 och Lundin, Cecilia, Karlström, Ulla, "Garanterad grillsucce", ur *Allt om mat* nr. 8 2013.

<sup>121</sup> Turunen, Malin, "Niklas festmat" ur *Allt om mat*, nr. 15 2013.

<sup>122</sup> Lundin, Cecilia, Karlström, Ulla, "Garanterad grillsucce", ur *Allt om mat* nr. 8 2013.

<sup>123</sup> Turunen, Malin, "Niklas festmat" ur *Allt om mat*, nr. 15 2013

<sup>124</sup> Von Heland, Gunilla, Hultgren Karell, Gunilla, "Vinvänliga festmenyer" ur *Allt om mat* nr. 5 2013.

<sup>125</sup> Vastad, Kerstin, "Sommarens bästa konserver", ur *Allt om mat* nr.8 1973.

<sup>126</sup> Vastad, Kerstin, "Sommarens bästa konserver", ur *Allt om mat* nr.8 1973.

<sup>127</sup> Helleblad, Görn, "Billigt drygt och gott: Fyra härliga rätter av 1 kilo köttfärs", ur *Allt om mat* nr. 10 1993. Se även: Paulsson, Berit, "Hokus pokus i skafferiet" ur *Allt om mat* nr. 8 1993.

<sup>128</sup> Helleblad, Görn, "I fiskarnas tecken festar vi marint!" ur *Allt om mat* nr. 2 1993. Se även: Paulsson, Berit, "Hokus pokus i skafferiet" ur *Allt om mat* nr. 8 1993 och Kroon, Eta, "Nya tider, nya seder, nya sätt att äta" ur *Allt om mat* nr. 5 1993.

det jobbigt med sin ekonomi. Den sympatiska identifikationen inträffar mellan läsarna och skribenten och läsarna känner sympati och känner igen sig i det skribenten skrivit, och känslor som läsarna kan ha kring mat och pengar under 1973 och 1993 bekräftas. Det är inte bara i recepten som den tydliga markören för billig mat kommer fram utan det står ofta tydligt även i brödtexten. Citaten nedan är plockade från artiklar 1973 och 1993.

Prova den nu - pomeranserna har redan kommit och kostar bara 3 kronor kilot.<sup>129</sup>

De vinnande recepten kan alla göras om så de passar en tunnare plånbok.<sup>130</sup>

Här väljer jag för enkelhetens skull en kyckling, gärna en fryst lågprisdito.<sup>131</sup>

Hur mycket denna service kostar beror på vilken person man är och hur inköpen sköts i vanliga fall. Den impulsive som bygger dagens middag på oplanerade köp, kan till och med spara pengar.<sup>132</sup>

Citaten visar ett sätt att skriva som var talande för 1973 och 1993. Texten skapar en sympatisk identifikation med skribenten och även de känslomässiga och personliga behov som Strömbäck skriver om tillfredsställs.<sup>133</sup> I en svår ekonomisk tillvaro kan läsarna känna igen sig i skribentens ord och får sina egna tankar, känslor och åsikter bekräftade. Självförtroende hos läsaren stärks av att läsa att även de kan laga festmat för en billig peng. Därmed tillfredsställs även det personliga behovet. 2013 ser det dock annorlunda ut. Vad maten kostar spelar enligt *Dagens Nyheter* längre ingen roll. Prisfaktorn ersatts av tidsfaktorn. I alla utvalda artiklar förutom en från 2013 står utskrivet i början av varje recept hur lång tid det kommer att laga maträtten. Undantaget är en artikel om glass. Anledningen till det kan vara att det är underförstått att glass inte är något man slänger ihop på en halvtimme, utan kräver några timmar i frysen och därför skrivs inte tidsåtgången ut.<sup>134</sup> Vilken livsstil som representeras i *Dagens Nyheter* ser annorlunda ut 1973 och 1993, jämfört med 2013. I de tidigaste undersökta årtalen trycker man på att mat ska vara någonting billigt och enkelt att tillaga, medan man år 2013 tydligt visar hur lång tid maten tar att

---

<sup>129</sup> Pernilla, "Apelsinmarmelad - nu är det dags!", *Dagens nyheter*, 13 februari 1973

<sup>130</sup> Nilson, Astrid, "Årets kock bjuder på festmat", *Dagens Nyheter*, 11 februari 1993

<sup>131</sup> Nilson, Astrid, "Kronhill mer än kräftkrydda", *Dagens Nyheter*, 12 augusti 1993

<sup>132</sup> Svedlund, Brita, "Veckans mat hem till dörren", *Dagens Nyheter*, 12 oktober 1993

<sup>133</sup> Strömbäck, 2008, s.80

<sup>134</sup> Emsom, Nicole, "Livet på en pinne", *Dagens nyheter*, 8 juni 2013

laga. Därmed visar *Dagens Nyheter* läsarna hur mycket tid läsarna måste ha råd att lägga undan av sin arbetstid, tid med barnen eller kompisar för att kunna laga just den maträtten, och läsaren ges chansen att avgöra om maträtten är värd det eller inte.

#### **8:4 Experten och läsartilltalet**

Denna del handlar om vem som är expert i texten och hur läsarna tilltalas. Genom att skribenterna tilltalar sina läsare med olika ton och på olika sätt skapas olika relationer mellan läsarna och skribenterna. Relationerna skapas genom att läsarna känner att de kan identifiera sig med vad skribenten skriver och även därmed med skribenten själv. Vid analysen av vårt resultat har vi främst använt oss av identifikationsbegreppen admirativ identifikation och sympatiskt identifikation. Den admirativa identifikationen handlar om att läsarna ser upp till skribenten eller till huvudpersonen i artikeln. Det kan är ofta någon som besitter egenskaper och kunskaper som även läsaren önskar att hen besatt, som till exempel en kock eller kändis, medan den sympatiska identifikationen sker med någon som anses vara på vår egen nivå och kan relatera till.

#### *Allt om mat*

Bland de utvalda numren från 1973 innehåller en tredjedel av artiklarna någon form av intervju. Skribenten är i nästan alla artiklar källan som läsaren lämnas att förlita sig på. Intervjuerna fungerar som komplement till skribentens eget narrativ, som en bekräftelse på det skribenten berättar för läsaren. Ett exempel som är talande för det här mönstret, som framkommit i undersökningarna av 1973, är texten om lutfisk i Norge som publicerades i december 1973. Ingressen inleds med följande:

Liksom hos oss är det i Norge självklart med lutfisk till jul. Men norrmännen kan det här mycket bättre. Och har en rad varianter på tillbehör som vi inte hört talas om. Vi reste längs kusten och frågade.<sup>135</sup>

I ingressen framställer skribenten norrmän som experter när det kommer till lutfisk, någon som man kan lita på. Dock utgörs resten av artikeln av brödtext, där skribenten berättar om lutfisk och dess historia. Skribenten underbygger inte fakta med några källhänvisningar. Trots ingressens löfte om intervjuade norrmän, förekommer det endast två talstreck i artikeln.

---

<sup>135</sup> Berg, Kjell "Våra vänners jul: Lutfisk fra Nord till Sør" ur *Allt om mat*, nr. 16 1973.

– Hos oss på Helgelandskusten hänger fisken normalt en till två månader på ställningarna, säger Ragnar Sørnes, specialist på torkad fisk i Brønnøysund en bit söder om Lofoten. Fisken måste hänga fritt och få svänga i takt med en lätt bris och torka i solen. Allför mycket fuktighet gör fisken lite syrlig i smaken – Den blir kanske inte förstörd men lämpar sig dåligt att luta. Lutning av fisk är en konst. När man lärt sig behärska den, kommer man så småningom fram till en typ av lutfisk, som passar ens egen smak perfekt.<sup>136</sup>

Så lyder det första uttalandet från Ragnar Sørnes, den intervjuade lutfiskspecialisten. Det är ett långt stycke och placerat alldeles i slutet av artikeln. Det andra talstreck kommer direkt efter, och i det beskriver Ragnar Sørnes ett utförligt recept på lutfisk. Trots att han beskrivits som specialist inom ämnet är det inte Ragnar Sørnes röst som ges mest plats. Det är skribenten, Kjell Berg, som tar plats och presenterar det mesta av texten. Liksom vid läsningen av artiklar där det inte förekommer några intervjuer alls, är det skribenten läsaren ges mest utrymme att identifiera sig med. Eftersom skribenten har ungefär samma roll som en presentatör eller programledare i ett tv-program, talar man inte om identifikation utan om parasocial interaktion. Skribenten talar direkt till läsaren, ungefär som vid ett samtal eller ett brev. Därför förhåller sig läsaren till skribenten som hen gör till de personer hen möter i vardagen.<sup>137</sup>

Det finns en genomgående lättsam ton i artiklarna från 1973. Skribenten står till läsarnas förfogande med tips, råd och undervisning. Som nämnt i föregående kapitel fokuserar mycket av råden och tipsen kring att få ner matkostnaderna. Tipsen är också till för att göra matlagningen lättare för läsaren. I anslutning till många av recepten har skribenten skrivit listor över hur man urskiljer bra lammkött från dåligt lammkött<sup>138</sup>, olika grönsakers näringsvärde och koktider<sup>139</sup> och jämförelser mellan de godaste konserverade köttsorterna<sup>140</sup>. De hjälpsamma tipsen kan bekräfta läsarens kunskaper eller tillföra ny. Såväl som att det uppfyller det kognitiva behovet då läsaren behöver ta sig till nya kunskaper, kan skribenten också stärka läsarens självförtroende.<sup>141</sup> Detta om läsaren redan besitter de kunskaper som presenteras i artikeln och det personliga behovet

---

<sup>136</sup> Berg, Kjell "Våra vänners jul: Lutefisk fra Nord till Sør" ur *Allt om mat*, nr. 16 1973.

<sup>137</sup> Horton och Wohl, se Gripsrud, 2011, s. 34 - 35.

<sup>138</sup> Thermaenius Göransson, Maj, "Pass på i påsk" ur *Allt om mat* nr. 5 1973.

<sup>139</sup> Gandy, Margareta, Lindvall, Gunvor "Nu börjar Allt om Mat:s GRÖNSAKSSKOLA: Det här är riktig mat" ur *Allt om mat* nr. 10 1973.

<sup>140</sup> Vastad, Kerstin, "Sommarens bästa konserver" ur *Allt om mat* nr. 8 1973.

<sup>141</sup> Strömbäck, 2008, s. 80 - 81.

tillfredställs då redan innehavda kunskaper bekräftas. Genom att ge tips på hur matlagning kan förenklas bekräftar skribenten också för läsaren att det är acceptabelt att inte alltid orka lägga kraft på att laga avancerade maträtter. Läsaren kan känna sig trygg i vetskapen om att skribenten inte heller alltid orkar laga lyxmåltider varje dag, vilket väcker den sympatiska identifikationen hos läsaren.<sup>142</sup>

I *Allt om mat* 1993 är det fortfarande skribenten som tar störst plats i sina egna texter. Det tycks ha skett en minskning av tips och råd i artiklarna. Istället flyttar sig skribenterna ut ur hemmets kök och in i restaurangvärlden. Där agerar skribenten som läsarens fönster mot världen. Två av sex utvalda artiklar utspelar sig i restaurangmiljö. Skribenterna har i de här två fallen gjort intervjuer med restauranginnehavare, men intervjuerna är inte utförligare redovisade i mer än ett par talstreck. Det mesta återberättas liksom 1973 i övrig brödtext.<sup>143</sup> Genom att återberätta fakta utan källhänvisning sätter skribenten sig själv i en form av maktposition, i förhållande till skribenten väger den intervjuades uttalanden inte särskilt tungt.

År 2013 har det skett ett maktskifte mellan skribenten och den intervjuade. Mer och mer plats har givits åt intervjuer och skribenterna har tagit i ett kliv tillbaka för att låta andra källor uttala sig. Fyra av sex artiklar är uppbyggda runt de intervjuade, med talstrecken jämnt fördelade genom hela texten. Matlagning har fått ett ansikte och artiklarna har fått en huvudperson, vilket gör att läsaren har någon annan än skribenten att identifiera sig med. De intervjuade har alla någon form av kändisstatus, antingen de är årets konditor, designer eller stjärnkock. Detta gör dem till självklara föremål för admirativ identifikation. För, den förmodade matintresserade, läsaren av *Allt om mat* presenteras människor som är erkända för i sammanhanget mycket attraktiva egenskaper. De kan laga mat, baka och vet hur man smakkombinerar mat och dryck. Egenskaper läsaren skulle vilja bemästra.<sup>144</sup> Ett exempel är artikeln "Bullar deluxe - baka med årets konditor", där läsaren bjuds in till att lära sig baka semlor som Cecilia Andersson, innehavare av titeln Årets konditor 2012. Större delen av texten handlar inte om mat, utan om

---

<sup>142</sup> Jauss, se Gripsrud, s. 35 - 36.

<sup>143</sup> Gårdebäck, Charlotte, Gustafsson, Thomas, "Viltök? Här drämmer man till med rejäla doser!" ur *Allt om mat* nr. 13 1993. se även: Gårdebäck, Charlotte, "Nya tider, nya seder, nya sätt att äta: Vackert vegetariskt och varmt vällustigt!" ur *Allt om mat* nr. 5 1993.

<sup>144</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s. 35 - 36.

henne. Hon målas upp som en kompetent och målmedveten yrkeskvinna som slagit sig fram i ett tidigare mansdominerat yrkesområde.<sup>145</sup>

– Jag bestämde mig för att bli konditor redan när jag var sju år. Min mammas kompis hade konditori, och vi komma dit en dag och vara med och hjälpa till med julbaket. Jag fick doppa tomtar i choklad, och jag glömmer aldrig den underbara känslan av att få bara vara där i bageriet.<sup>146</sup>

Enligt identifikationsteorin som tidigare presenterats utgör Cecilia Andersson någon som läsaren vill identifiera sig med. Hon har en i matlagningsbranschen eftertraktad titel och figurerar i artikeln som en auktoritet i den benämning att hon besitter kunskap som läsaren kan få ta del av.<sup>147</sup> När skribenten bjuder in läsaren att “baka med årets konditor”<sup>148</sup> och ta del av hennes “proffsknep”<sup>149</sup> gör hon också Cecilia Andersson till en form av hjältefigur. När mediekonsumenterna möter en riktig eller fiktiv person som besitter attraktiva egenskaper blir hen föremål för admirativ identifikation. Med sin titel är Cecilia Andersson uppenbarligen bättre på att baka än den genomsnittlige läsaren av *Allt om mat*, vilket gör att läsaren både beundrar henne, men också vill identifiera sig med henne.<sup>150</sup> Artikeln uppfyller även det kognitiva behovet om information och kunskap och de personliga inslagen om hennes liv ger läsaren en möjlighet att uppfylla andra behov. Behovet att fly från vardagen och in i någon annans liv, en möjlighet att genom denna kunskap stärka sitt självförtroende och känna samhörighet är tre av behoven som läsaren får uppfylla.<sup>151</sup> I oktober 2013 publicerade *Allt om mat* en artikel liknande “Bullar deluxe - baka med årets konditor”. Artikeln är ett fyra uppslag långt reportage om kocken Niklas Ekstedt. Han presenteras som kock, ägare av en så kallad “stjärnkrog” och huvudperson i ett eget matlagningsprogram på SVT.<sup>152</sup> En presentation som, liksom artikeln om Cecilia Andersson, målar upp honom som ett föremål för admirativ identifikation. Skribenten är hemma hos Niklas

---

<sup>145</sup> Eriksson, Yvonne, ”Bullar deluxe – baka med årets konditor” ur *Allt om Mat* nr. 3 2013.

<sup>146</sup> Eriksson, Yvonne, ”Bullar deluxe – baka med årets konditor” ur *Allt om Mat* nr. 3 2013.

<sup>147</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s. 35 - 36.

<sup>148</sup> Eriksson, Yvonne, ”Bullar deluxe – baka med årets konditor” ur *Allt om Mat* nr. 3 2013.

<sup>149</sup> Eriksson, Yvonne, ”Bullar deluxe – baka med årets konditor” ur *Allt om Mat* nr. 3 2013.

<sup>150</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s. 35 - 38.

<sup>151</sup> Strömbäck, 2008, s. 80 - 81.

<sup>152</sup> Turunen, Malin, “Niklas festmat” ur *Allt om mat*, nr. 15 2013.

Ekstedt som tillsammans med kollegan Björn Olsson ska hålla en middagsbjudning. Niklas Ekstedt svarar på frågor om matlagning, vin och sin karriär.

– Jag vill helst jobba med biologiska och ekologiskt odlade viner. På Ekstedts serverar vi bara naturviner. Sedan gillar jag europeiska viner och ger inte så mycket för Nya världen. De vinerna bli ofta för mycket, de känns konstlade och tar över. Det är för lite terroir\*<sup>153</sup>

Asterisken efter “terroir” förklaras i en faktaruta, då skribenten bedömt det som ett okänt ord för de flesta läsare.<sup>154</sup> Däremot finns det ingen ytterligare förklaring efter ett citat där Niklas Ekstedt ger tips på hur man smakkombinerar vinet och maten:

– Öppna flaskan medan du lagar! Ta ett glas och smaka av maten så att den passar till maten. Salta och tillsätt syra efter vinets behov.<sup>155</sup>

Läsaren förutsätts således vara så insatt i matlagning att hen förstår hur man smaksätter mat efter vin. Istället förefaller artiklarna 2013 kretsa kring en form av statusjakt. Tonen 2013 är inte lika lättsam som tidigare årtal. Skribenterna verkar utgå från att läsaren besitter ett större mått av kunskap än förr. Jämförelsen av de tre nedslagen visar att det skett en förändring i vilken roll mat och matlagning spelar när det kommer till vår identitetsbildning.

### *Dagens Nyheter*

Den sympatiska identifikationen är den som är mest talande för *Dagens Nyheter* 1973. Alla artiklar förutom en är skriven av “Pernilla”, och det är dessutom sällan personer intervjuade. Det som står och framkommer i artiklarna är skribenternas egna tankar. Pernilla signerar alltid sina artiklar med enbart förnamnet. Det kan finnas flera orsaker till detta. Pernillas hela namn var Pernilla Tunberger och hon var första kvinnan som tilldelades Stora journalistpriset inom dagspress. Dessutom var hon inflytelserik matskribent som under sin livstid gav ut flera kokböcker.<sup>156</sup> Det kan alltså vara så att hon var tillräckligt känd för att bara underteckna med

---

<sup>153</sup> Turunen, Malin, “Niklas festmat” ur *Allt om mat*, nr. 15 2013.

<sup>154</sup> “Det franska ordet ‘terroir’ används i vinsammanhang för att beskriva de komplexa förutsättningarna som ger ett vin dess karaktär. Ordagrant betyder ordet ‘jord’, men det handlar om så mycket mer än bara jordmånen. Man räknar även in saker som topografi och klimat, på både makro- och mikronivå.” se ”Turunen, Malin, “Niklas festmat” ur *Allt om mat*, nr. 15 2013.

<sup>155</sup> Turunen, Malin, “Niklas festmat” ur *Allt om mat*, nr. 15 2013.

<sup>156</sup> Ingen signatur, “Pernilla Tunberger”, <http://www.ne.se/lang/pernilla-tunberger> Hämtad 2014-05-15



förnamnet. Orsaken kan också vara att hon genom att bara använda sig av förnamnet skapade en lättsammare och mer familjär koppling till läsaren. Läsaren känner en sympatisk identifikation med Pernilla och kan lättare knyta an till henne. Läsaren känner sig på samma nivå och de får sin egen kunskap bekräftad.<sup>157</sup> Det som var talande för läsartilltalet under 1973 var att texterna var undervisande och informerande, skribenterna ville lära sina läsare något.

För många är det sista lördagen i stan på en tid. Sen tar stugor, båtar, resor vid. Kanske därför bra att låta ugnen klara det mesta av veckans matlagning. Tids nog får många av oss med en enda platta till allt och alla. Mat och ugn är skönt även för den som stannar i stan hela sommaren. Det har amerikanska folket upptäckt för länge sen och har därför både större och bättre ugnar än vi. Men även våra kan utnyttjas mycket mer än vad någon av oss tänker på. Ska vi prova?<sup>158</sup>

Genom att skribenten berättar att läsarna kan ha stor användning av ugnen visar skribenten att hon besitter en kunskap som inte läsarna innehar. Dock vill hon dela med sig av sina kunskaper. Samtidigt går hon ner på läsarnas nivå och antyder att även hon är ovan med detta sätt att laga mat genom att fråga läsarna om de vill prova tillsammans med henne. Genom att skriva detta sker även här en sympatisk identifikation för läsarna, då de känner att de besitter samma kunskap som skribenten. Människor har ett behov av att lära sig saker, ett kognitivt behov. Ett mönster för 1973 var, som redan nämnt, att texterna var undervisade. Genom att läsa och ta sig till de undervisande texterna blev läsarnas kognitiva behov uppfyllt, och de fick känslan av att de lärt sig något och får en bättre självkänsla.<sup>159</sup> Matlagningen skulle, förutom att vara billig, även vara enkel och bekväm. Enkla, klassiska och svenska råvaror förespråkas i alla artiklar från 1973, som till exempel vitt bröd, rökt skinka och köttfärs. Det framkommer dessutom i de flesta artiklar att det är helt okej att ta genvägar i matlagningen. Till exempel:

På detta dels lite salt, dels en skaldjurssås som man fort rör till av torrfrost skaldjurssoppa i foliepåse. En jättebra produkt.

Även detta kan användas för att skapa sympatisk identifikation med läsarna. Skribenten visar att hen förstår att läsarna inte vill lägga ner en massa tid och läsarna känner sig jämställd med

---

<sup>157</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35

<sup>158</sup> Pernilla, "Låt ugnen klara jobbet. Kalasgott och bekvämt innan vi reser", *Dagens nyheter*, 14 juni 1973

<sup>159</sup> Strömbäck, 2008, s.80-81

skribenten då det uppfattas som att hen inte heller tycker att det är värt att lägga ner tid på en sås.<sup>160</sup> Samma mönster kommer fram 1993. Det är, precis som 1973, sällan personer i artiklarna som blivit intervjuade. Istället är det skribentens röst som hörs mest. Tonen är, som 1973, undervisande. Dock är den även fostrande. Tonen är lite skarpare än 20 år tidigare och skribenten uppfattas som att hen besitter en större kunskap än läsarna.

Salladen innehåller även papaya som är en exotisk frukt, den kan hoppas över. Det kan däremot inte potatisen som kan vara gammal, huvudsaken är att den är fast.<sup>161</sup>

Skribenten bestämmer vad som är okej att hoppa över och vad som inte kan struntas i. Citatet är talande för tonen som genomsyrar alla artiklar från 1993. 2013 har en annan utgångspunkt för att läsarna ska skapa en relation till skribenten. I artiklarna från 2013 är fyra av sex artiklar skrivna av personer som "kan" mat. Det är kockar, en sommelier och en glassdrottning. Det är personer som matintresserade ser upp till och de innehar egenskaper och kunskap som många av läsarna också skulle vilja äga. Det är alltså den admirativa identifikationen som signatitiv för *Dagens Nyheter* 2013. Detta syns på flera olika sätt.

Glassdrottning. Nicole Emson serverar strutar och bägare till sugna stockholmare. Nu utökar hon repertoaren och i sin nyutkomna bok vill hon lära ut hur man lyckas med sina glasspinnar.<sup>162</sup>

Texten kommer från artikeln "Livet på en pinne":s ingress och det är inte Nicole Emsom som kallar sig själv för glassdrottning. Ingressen är skriven av en ej namngiven journalist på *Dagens Nyheter*, men resten av texten är från Nicole Emsoms bok. Ett annat exempel kommer från artikeln "Bästa receptet på en lyckad kväll":

Alf Tumble är utbildad sommelier, house-dj och dryckesskribent. Han har just kommit ut med boken "Drick! Vin, öl och sprit med Alf Tumble – hemma och på krogen" (Natur & Kultur), en bok som berättar om hur man dricker snarare än hur drycken görs.<sup>163</sup>

---

<sup>160</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35

<sup>161</sup> Nilson, Astrid, "Grillfest med doft av fläderblom", *Dagens Nyheter*, 10 juni 1993

<sup>162</sup> Emsom, Nicole, "Livet på en pinne", *Dagens Nyheter*, 8 juni 2013

<sup>163</sup> Tumble, Alf, "Bästa recepten på en lyckad kväll", *Dagens Nyheter*, 12 april 2013

Genom att informera läsarna om att Alf Tumble är utbildad sommelier och dryckesskribent och titulera Nicole Emsom som en glassdrottning sätts båda i en maktposition och blir personer som läsarna litar på kan sin sak. Att göra på detta sätt är som sagt vanligt för 2013, och i och med detta ser läsarna upp till huvudpersonerna i artiklarna och en admirativ identifikation sker. Läsarna önskar att även de besatt dessa kunskaper och samtidigt tillfredställs deras kognitiva behov, behovet av information och att lära sig.<sup>164</sup> Dessutom förefaller det vara acceptabelt med textreklam i *Dagens Nyheter* år 2013 då tre av sex artiklar är ren textreklam och både text, bilder och recept kommer direkt från huvudpersonernas böcker. De två övriga artiklarna, som inte är skrivna av utomstående "experter", är skrivna av *Dagens Nyheter*s journalist Jens Linder. Han är även kock och ingår i *Dagens Nyheter*s matredaktion. Hans artiklar skiljer sig från de andra. Han lämnar ett stort, eget tolkningsutrymme för läsarna genom att agera avslappnat i sin förhållning till sina recept. Citatet nedan är ett exempel som är talande för båda Linders artiklar som varit med i undersökningen.

Får man tag i ett gott kallrökt eller varmrökt hjärta av älg behöver man inte krångla till det.

Han är experten och huvudpersonen i sina egna artiklar, men genom att tilltala läsarna på ovanstående sätt identifierar sig läsarna lättare med honom, särskilt viktigt då det kan vara svårt för många läsare att identifiera sig med någon som äter hjärta. Det kognitiva behovet tillgodoses då läsarna lär sig har hjärtan tillagas och det sker en sympatisk identifikation mellan läsaren och skribenten.<sup>165</sup>

Oavsett vem som framställs som expert de olika årtalen har alla samma funktion. För att en artikel ska uppfattas trovärdig av läsarna behövs någon de kan se upp till, någon som kan mer, eller i alla fall uppfattas som att den kan mer, än vad läsarna kan. Samtidigt måste läsaren kunna identifiera sig med skribenten. Hur läsarna identifierar sig med skribenten skiljer sig åt under åren. Främst 1973 och 1993 i jämförelse med 2013. I de både tidigare årtalen sker en sympatisk identifikation och läsaren kan leva sig in och förstå skribentens känslor. 2013 sker främst en admirativ identifikation mellan läsarna och skribenterna. Skribenterna ger läsaren någon att se upp till och lära sig av. Detta saknas i de flesta artiklar från både 1973 och 1993. Varför just

---

<sup>164</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35. Se även Strömbäck, 2008, s.80-81

<sup>165</sup> Strömbäck, 2008, s.80-81. Se även Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35

denna skribent kan mer än vad läsaren kan. Varför ska läsaren lita på denna person? Genom att det år 2013 är lättare än någonsin att få tag i information har mediekonsumenter blivit mer källkritiska.<sup>166</sup> Det räcker inte längre att ”Pernilla” undertecknar artikeln för att den ska vara trovärdig. Om det fanns en motsvarighet till Pernilla i dag skulle troligtvis signeringen inte bara ske med förnamn. Det behövs en tyngre titel. Genom att låta en kock, glassdrottning, eller en “sommelier och house-dj” stå som undertecknad skapas en admirativ identifikation och många läsare ser automatiskt upp till skribenten i fråga. Dessa skribenter blir högre ansedda eftersom många vill kunna vara som dem och besitta deras kunskaper.<sup>167</sup> Detta kan vara en förklaring till varför denna förändring har skett.

Kunskapskraven som ställs på läsarna har ökat med åren. Både 1973 och 1993 är kunskapskraven relativt låga. Till exempel föreslår en skribent 1973 att läsarna ska använda sconesmix till pizzadegen och skaldjurssoppa som sås.<sup>168</sup> 1993 förväntar sig inte skribenten att läsaren ska veta vad en papaya är.<sup>169</sup> 2013 är tonen annorlunda och ett större kunskapskrav ställs på läsaren.

Det finaste som finns är att laga mat med hjärtat. Lagom till alla hjärtans dag tar vi uppmaningen bokstavligt. Här är fyra hjärtliga recept.<sup>170</sup>

Efter detta följer recept på nöthjärta, kycklinghjärta, älghjärta och lammhjärta. Råvaror som troligtvis varje Svensson vanligen inte använder. Själva tillagningen är dock fortfarande enkel och recepten består av få steg. Dock får vi känslan av att målgruppen har flyttats från barnfamiljen, som var målgruppen både 1973 och 1993, till de som är lite mer intresserade av matlagning och dryck än vad folk i allmänhet är. Livsstilen som förespråkas i *Dagens Nyheter* från 2013 är en spännande, ovanlig och att man ska ha råd att lägga tid på mat. Detta förespråkas genom ovanliga råvaror, galna glassar och långkok på grillen. Även om inte alla i *Dagens Nyheter*s målgrupp har möjlighet till denna livsstil erbjuds ändå en flykt från verkligheten. Enligt

---

<sup>166</sup> Statens medieråd, ingen skribent, <http://mik.statensmedierad.se/finna-analysera-och-kritiskt-vardera-information/kallkritik> Hämtad 2014-05-12

<sup>167</sup> Jauss, se Gripsrud, 2011, s.35

<sup>168</sup> Pernilla, “Låt ugnen klara maten. Kalasgott och bekvämt innan vi åker”, *Dagens Nyheter*, 14 juni 1973. Se även Hemberg, Birgit, “Dr Wiechels fina ansjovis - gör den själv”, *Dagens Nyheter*, 12 april 1973

<sup>169</sup> Nilson, Astrid, “Grillfest med doft av fläderblom”, *Dagens Nyheter*, 10 juni 1993

<sup>170</sup> Linder, Jens, “Låt hjärtat vara med”, *Dagens nyheter*, 9 februari 2013

Strömbäck har människan ett behov att fly från sin vardag, ett flyktbehov. Genom att leva in sig i någon annans livsstil om än bara genom ett reportage tillfredsställs behovet och läsaren känner sig nöjdare med sin egen tillvaro.<sup>171</sup>

---

<sup>171</sup> Strömbäck, 2008, s.80

## 9. Sammanfattning

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur matjournalistik skapar och reproducerar mat som en livsstil. Vi utgår från hur tidningarna *Allt om mat* och *Dagens Nyheter* gestaltat mat och matlagning över tid. Vilken bild av mat och matlagning förmedlas till läsaren? För att ta reda på detta utgår vi från tre frågeställningar:

Hur förändras de generella dragen i tidningarna över tid?

Hur samspelar text och bilder för att ge läsarna möjlighet till identifikation?

Hur företräder tidningarna olika livsstilar genom mat?

De två tidningarna har på många sätt förändrats efter samma mönster. Bildernas innehåll har både förändrats åt samma håll. Från statiska bilder på mat och råvaror, till bilder på människor som lagar maten. Enda skillnaden mellan *Dagens Nyheter* och *Allt om mat*:s bilder är storleken. I *Allt om mat* har bilderna alltså fått stor plats, medan i *Dagen Nyheter* har förändringen gått från att bilderna näst intill inte fått någon plats alls, till att de tar upp större delen av de artikelns totala utrymme.

Genom att bilderna har blivit större, har de fått en annan betydelse. Text och bild samverkar och hjälper läsaren att identifiera sig med texten. Vad som faktiskt är skrivet i artiklarna har precis som bilderna följt samma mönster i båda tidningarna. Under 1973 och 1993 låg fokus på att maten ska vara billig och bekväm. Det är accepterat att använda sig av halvfabrikat och maten lagas av klassiska svenska råvaror. 2013 består recepten av lyxigare och ovanligare råvaror, som till exempel kycklinghjärtan och läsaren förväntas kunna mer om mat och matlagning, hur man bäst matchar maten till vinet. Artiklarnas intervjupersoner står i centrum, och de är inte förverkligade exemplar av den typiska husmodern. Det är kändiskockar, krögare, designers, sommelierer och beryktade konditorer. 1993 intervjuade man krögare i deras restaurangmiljö, för att det rådde en nyfikenhet inför det åter blomstrande restauranglivet. 2013 tillåts skribenten träda in i köket hos intervjupersonerna. De framställs som högre stående varelser och de lägger ribban för en slags fin matkultur som inte går att hitta vid de tidigare nedslagen. Maten som kändisarna tillagar och alkoholen som de skålar i blir identitetsmarkörer som skvallrar om

eftersträvansvärd livsstil kantad av lyx. Detta tyder på att mat har blivit mycket mer än bara föda, en identitetsmarkör som plockas upp av läsarna.

### **9:1 Diskussion**

Anledningen till att de båda tidningarna har följt samma mönster när vi tittar på hur bilderna och texten har utformats tror vi kan beror på flera saker. En orsak kan vara att tidningarna anpassar sig läsarnas krav på journalistik som är lätt att ta tills sig. Ett sätt att göra journalistiska texter lättillgängliga är att sätta människan i centrum, genom i första hand intervjupersoner. I och med att tidningarna anpassar sig efter läsarna, stannar läsarna kvar och fler kanske tillkommer och då blir det lättare för tidningarna att sälja annonser. En annan orsak till de mönster vi har sett kan vara att kamerorna och trycktekniken har utvecklats till det bättre. Med en bättre bildkvalitet kan bilderna tillåtas vara med detaljerade, levande och större.

Målgruppen 2013 anser vi för båda tidningarna är de som är villiga att lägga ner både mer pengar och mer tid än vad medelsvensson har möjlighet att göra. Troligen spelade de pågående lågkonjunkturerna en stor roll för hur artiklarna 1973 och 1993 vinklades. Om de flesta svenska hushåll hade ont om pengar, ville de förmodligen inte lägga för mycket pengar på mat heller. Tidningarna kom med tips och råd om hur hushållen kunde sänka sina matkostnader. Som resultatet visar har recepten gått från halvfabrikat och konserver till hjärtan och napolitansk pizzabotten. I dagsläget är vi av åsikten att *Allt om mat* och *Dagens Nyheter:s* läsarkrets inte skulle acceptera om tidningarna började experimentera med halvfabrikatsrecept och föreslå lågpriskyckling framför ekologisk kyckling.

Det finns en stor mattrend som vi inte riktigt kan säga säkert var den kommer ifrån, men utbudet av matjournalistik är stort för den som är intresserad. Är man intresserad av något och får dessa behov tillgodosedda vill man förmodligen fördjupa sig ännu mer och få kunskap, inte bara om maträtten, utan också om andra saker som har med mat att göra. Detta kan vara en förklaring till att fokus flyttats från själva maten till personerna bakom maten. Vi ser ett mönster som tyder på att möjligheterna till identifikation är mycket större i dag jämfört med för tjugo och fyrtio år sedan. I det senaste undersökta årtalet, 2013, erbjuds läsarna fler vägar till identifikation. Dels eftersom fler personer porträtteras i texterna, men också för att bilderna blivit mer levande.

Samhället i dag är ett informationssamhälle där allmänheten hela tiden får ta del av mediernas rapporteringar. Dels nyheter, men också underhållning. Vi kan tänka oss att tidningarna måste ha en tydligare profil för att nå ut, och det kanske är därför mattidningarna nischat sig mer och gått från allmänna tidningar om mat till en mer profilerade tidningar som riktar sig mot en viss målgrupp. Eftersom det finns så många tidningar om mat krävs det förmodligen att de har en tydlig profil för att locka till sig sin läsare, annars kan läsaren lika gärna köpa vilket matmagasin som helst. *Allt om mat* och *Dagens Nyheter* har gått från en matjournalistik som var till för alla, främst barnfamiljen, till matjournalistik för särskilt matintresserade, och får därmed en trogen läsarkrets. Både *Allt om mat* och *Dagens Nyheter* har gått från att inte ha med någon intervjuperson överhuvudtaget till att låta kändiskockar ta plats i artiklarna. Genom detta behåller de sin profil som det finare matmagasinet eller dagstidningen med de lite mer avancerade matsidorna och möter därmed sin målgrupp.

Förhållandet mellan medier, mat och livsstil är som tidigare nämnt ett ganska outforskat område. Boomen av matlagningsprogram och nischade magasin om mat och dryck talar för att det hänt något i vår relation till mat och matlagning de senaste åren. I vidare forskning skulle det vara intressant att med hjälp av intervjuer och enkäter undersöka hur mediekonsumenterna själva upplever att deras livsstil påverkas av matjournalistiken. Det ligger också i tiden att göra en genusanalys av exempelvis matlagningsprogram i stil med *Masterchef* eller *Hela Sverige bakar*.



## 10. Referenser

### Tryckta källor

Bjurström, Erling, Fornäs, Johan & Ganetz, Hillevi, *Det kommunikativa handlandet: kulturella perspektiv på medier och konsumtion*, Nya Doxa, Nora, 2000

Bringéus, Nils-Arvid, *Mat och miljö: en bok om svenska kostvanor*, Gleerup, 1970

Bringéus, Nils-Arvid, *Mat och måltid*, Carlsson, Stockholm 1988

Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap*, 2. uppl., Studentlitteratur, Lund, 2010

Gripsrud, Jostein, *Mediekultur, mediesamhälle*, 3., [bearb.] uppl., Daidalos, Göteborg, 2011

Sandberg, Helena (red.), *Skåne, mat och medier*, Skånes livsmedelsakademi, Lund, 2010

Strömbäck, Jesper, *Makt och medier: samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*, Studentlitteratur, Lund, 2000

### Elektroniska artiklar

Becker, Karin, Bjurström, Erling, Bolin, Göran, Fornäs, Johan & Ganetz, Hillevi, Populära passager, *Medierna i det moderna konsumtionsrummet*, Nordicom, 1998  
[http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/13\\_089-092.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/13_089-092.pdf)

### Elektroniska rapporter

Nilsson, Åke, "Efterkrigstidens invandring och utvandring", SCB Demokratiska rapporter, 2004, s.19, [http://www.scb.se/statistik/publikationer/BE0701\\_1950I02\\_BR\\_BE51ST0405.pdf](http://www.scb.se/statistik/publikationer/BE0701_1950I02_BR_BE51ST0405.pdf)  
Hämtad 2014-04-24

### Uppsatser

Henricson, Chris, *"Köp på dig så mycket du har råd med!"*: En studie av journalistiken i Sveriges ledande vinmagasin, Student paper, Växjö universitet, 2009

### **Webbkällor**

Alsén, Karin, "En charterhistoria",

[http://www.ne.se/static/utskick/nyhetsbrev/resources/09v24\\_prosp\\_rep2.jsp](http://www.ne.se/static/utskick/nyhetsbrev/resources/09v24_prosp_rep2.jsp) Hämtad 2014-04-24

Andén, Axel, "Dagspressens räckvidd och upplaga 2013",

<http://www.medievarlden.se/nyheter/2013/02/dagspressens-rackvidd-och-upplaga-2013> Hämtad 2014-05-09

Bankel, Anna-Klara, "Polisen: Vi kunde inte skydda demonstranterna",

<http://www.svt.se/nyheter/sverige/tumult-vid-antirasistisk-demonstration> Hämtad 2014-04-28

Bie, Nanok, Zuiderveld, Roland, "Mer än 16.000 demonstrerade i Kärrtorp",

<http://www.svt.se/nyheter/sverige/11-25-live-fran-karrtorp> Hämtad 2014-04-28

Cramér, Per, Lindah, Rutger, "Unionsfördraget",

<http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/unionsf%C3%B6rdraget> Hämtad 2014-04-24

Gleisner, Anne-Sophie, "Posten AB", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/posten-ab> Hämtad 2014-04-24

Ingen signatur, "Syrier får permanent uppehållstillstånd", <http://www.svt.se/nyheter/sverige/alla-syrier-far-permanent-uppehallstillstand> Hämtad 2014-04-28

Ingen signatur, "Allt om mat", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/allt-om-mat> Hämtad 2014-04-29

Ingen signatur, "Flyktingar och invandrare sedan 1930-talet i Sverige",

[http://www.motallaodds.org/factualweb/se/2.3/articles/1930\\_talet.html](http://www.motallaodds.org/factualweb/se/2.3/articles/1930_talet.html) Hämtad 2014-04-24

Ingen signatur, "Flyktingar och invandrare sedan 1930-talet i Sverige",  
[http://www.motallaodds.org/factualweb/se/2.3/articles/1930\\_talet.html](http://www.motallaodds.org/factualweb/se/2.3/articles/1930_talet.html) Hämtad 2014-04-24

Ingen signatur, <http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Arbetsmarknad/Arbetsloshet/Arbetsloshet/>  
Hämtad 2014-04-24

Ingen signatur, "Årets julklapp 2013 - Råsaftcentrifugen", <http://www.hui.se/arets-julklapp>  
Hämtad 2014-05-09

Ingen signatur, "Hästköttskandalen - detta har hänt",  
<http://www.dn.se/ekonomi/hastkottskandalen-detta-har-hant/> Hämtad 2014-04-28

Kolare, Suzanne, "Oljekris", <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/oljekris> Hämtad 2014-04-24

Lönnborg-Andersson, Mikael, Persson, Sten, "Telia AB",  
<http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/telia-ab> Hämtad 2014-04-28

Norborg, Lars-Arne, Gustafsson, Harald, "Sverige",  
<http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/sverige/historia/v%C3%A4rldssamh%C3%A4llet> Hämtad 2014-04-24

Norström, Anna, "Hiphop-giganten Petter öppnar krog på Söder: "Vi har en håll käften-burgare"" <http://www.alltomstockholm.se/restaurangbar/article4079050.aos> Hämtad 2014-04-25

W. Johansson, Alf, Sundin, Staffan, "Dagens Nyheter",  
<http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/dagens-nyheter/historia/grundande> Hämtad 2014-04-29

## **Analyserade artiklar**

I kronologisk ordning.

*Allt om mat*

Wennerholm, Maj, "Billig bulle i fastan", *Allt om mat*, 21 februari 1973

Thermaenius-Göransson, Maj, "Pass på i påsk", *Allt om mat*, 4 april 1973  
Vastad, Kerstin, "Sommarens bästa konserver", *Allt om mat*, 6 juni 1973  
Gandy, Margareta, Lindvall, Gunvor, "Det här är riktig mat", *Allt om mat*, 1 augusti 1973  
Rolf, Signe, "Här möts öst och väst", *Allt om mat*, 3 oktober 1973  
Berg, Kjell, "Hela slakten till Frokost", *Allt om mat*, 5 december 1973  
Helleblad, Görn, "I fiskarna tecken festar vi marint", *Allt om mat*, 22 februari 1993  
Kroon, Eta, "Nya tider, nya seder, nya sätt att äta", *Allt om mat*, 26 april 1993  
Paulson, Berit, "Hokus pokus i skafferiet", *Allt om mat*, 21 juni 1993  
Helleblad, Görn, "Fyra härliga rätter av ett kilo köttfärs", *Allt om mat*, 23 augusti 1993  
Gårdebäck, Charlotte, Gustafsson, Thomas, "Vitlök? Här drämmer man till med rejäla doser!",  
*Allt om mat*, 25 oktober 1993  
Gustafsson, Thomas, Hemberg, Birgit, "Vi vakar in 12-slaget med uppsluppen elegans", *Allt om mat*, 27 december 1993  
Eriksson, Yvonne, "Bullar deluxe. Baka med årets konditor", *Allt om mat*, 12 februari 2013  
von Heland, Gunilla, "Vinvänliga festmenyer", *Allt om mat*, 2 april 2013  
Lundin, Cecilia, Karlström, Ulla, Jenkinsson, Charlotte, "Garanterad grillsuccé", *Allt om mat*, 3 juni 2013  
Lundin, Cecilia, von Heland, Gunilla, Ulla, Karlström, "Klassiska desserter. Redaktionens bästa tips och trix", *Allt om mat*, 22 augusti 2013  
Turunen, Malin, "Niklas festmat", *Allt om mat*, 8 oktober 2013  
Thulin, Camilla, "Gott nytt år", *Allt om mat*, 19 december 2013

#### *Dagens Nyheter*

Pernilla, "Apelsinmarmelad - nu är det dags!", *Dagens Nyheter*, 13 februari 1973  
Hemberg, Birgit, "Dr Wiechels fina ansjovis - gör den själv", *Dagens Nyheter*, 12 april 1973  
Pernilla, "Låt ugnen klara maten. Kalasgott och bekvämt innan vi reser", *Dagens Nyheter*, 14 juni 1973  
Pernilla, "Liten risk för dålig smak trots lång tid i fryshus", *Dagens Nyheter*, 9 augusti 1973  
Pernilla, "Klassisk husmanskost i "nya" franska köket", *Dagens Nyheter*, 11 oktober 1973  
Josephson, Barbro, "Strömmingen hur farlig är den?", *Dagens Nyheter*, 7 december 1973  
Nilson, Astrid, "Årets kock bjuder på festmat", *Dagens Nyheter*, 11 februari 1993

Körnung, Anna, Spängs, Thorbjörn, "Utmanare pressar öljättar", *Dagens Nyheter*, 13 april 1993  
Nilson, Astrid, "Grillfest med doft av fläderblom", *Dagens Nyheter*, 10 juni 1993  
Nilson, Astrid, "Kronhill mer än kräftkrydda", *Dagens Nyheter*, 12 augusti 1993  
Svedlund, Brita, "Veckans mat hem till dörren", *Dagens Nyheter*, 12 oktober 1993  
Nilson, Astrid, "En smak av vilt efter glöggen", *Dagens Nyheter*, 9 december 1993  
Linder, Jens, "Låt hjärtat vara med", *Dagens Nyheter*, 9 februari 2013  
Tumble, Alf, "Bästa recepten på en lyckad kväll", *Dagens Nyheter*, 13 april 2013  
Emsom, Nicole, "Livet på en pinne", *Dagens Nyheter*, 8 juni 2013  
Hedlund, Andreas, "Latmansgrill", *Dagens Nyheter*, 10 augusti 2013  
Linder, Jens, "Smart mat till dumburken", *Dagens Nyheter*, 12 oktober 2013  
Hartelius, Carin, "Pizzapyssel", *Dagens Nyheter*, 14 december 2013

## **Bilagor**

### **1. Kodschema**

Frågorna som följer är de som vi använder oss av i vår analys av *Allt om mat* och *Dagens Nyheter*.

Vad handlar artikeln om? (Domineras den av recept och tips eller är det ett reportage om kräftfiskaren Nils?)

Hur är artikeln uppbyggd i stora drag (Vad får mest plats, hur är den utformad)?

Vilken ton har artikeln? (Är den roligt skriven, är den fostrande, lättsam, aggressiv, lär den ut?)

Vem har skrivit artikeln? (Används signatur eller både för- och efternamn?)

Vems röst får störst utrymme? (Skribenten, den intervjuade?)

Vem är den intervjuade? (Man? kvinna? Hur tituleras personen? Sitter personen i en maktposition? Används både för och efternamn?)

Vem är den tilltänkta läsaren? (Hemmafru, pensionär, flitig restaurangbesökare, krögare eller surdegshipster?)

Hur beskrivs matlagningen eller maten i artikeln? (Ska det gå snabbt och vara billigt? Kontinentalt eller urmodigt svenskt?)

Finns det en bild till artikeln och vad visar den?

På vilket sätt speglar artikeln sin samtid? (Känns den tidstypisk och på vilket sätt? 70-talets charterresor och oljekris, 90-talets lågkonjunktur, år 2013:s ekologiska kolonilottstänk?)

## 2. Exempel på analyserade artiklar

*Allt om mat* Oktober 2013

### **Niklas festmat**

**Vad handlar artikeln om? (Exempel: domineras den av recept och tips eller är det ett reportage om kräftfiskaren Nils?)** Kocken Niklas Ekstedt och hans kollega kocken Björn Olsson bjuder på plockmatsrecept. Niklas Ekstedt berättar om sitt liv som kändiskock och om sina nuvarande projekt.

### **Hur är artikeln uppbyggd (i stora drag, vad får mest plats osv)?**

De första två sidorna består av en intervju med Niklas om hans TV-program, restauranger och förkärlek till ekologiska viner. De kvarstående fem sidorna består av recept på bland annat kungskrabba med citrusmajonnäs och foccacia med oxmärg och örter. Det finns även en lite faktaruta på sista sidan, där läsaren instrueras i hur man förbereder mingelfesten.

### **Vilken ton ha artikeln? (Är den roligt skriven, är den fostrande, lättsam, aggressiv, lär den ut?)**

Tonen är något elitistisk och eurocentrerad, i synnerhet när Niklas Ekstedt pratar om ekoviner, och avfärdar tredje världens viner som konstlade.

### **Vem har skrivit artikeln? (Används signatur eller både för- och efternamn?)**

Malin Turunen (styling: Jakob Hertzell, foto: Jenny Grimsgård)

### **Vem är den intervjuade? (Man, kvinna, har personen en maktposition, används både för och efternamn?)** Kocken Niklas Ekstedt

### **Vems röst får störst utrymme? (Skribenten, den intervjuade?)**

Det är Niklas Ekstedt som får störst utrymme i artikeln. Intervjun med honom är ganska utförlig och recepten som publicerats är hans egna. Niklas Ekstedt får besvara skribentens frågor, som mestadels handlar om hur han känner inför sin karriär och hur man hittar bra ekoviner. Niklas Ekstedts åsikter ges väldigt stort utrymme och står oemotsagda.

### **Vem är den tilltänkta läsaren? (Hemmafru, krögare, surdegshipster?)**

Artikelns läsare är någon som är intresserad av både mat och vin, som tycker om eller ska ställa till med middagsbjudning eller fest och som har råd med vinerna och råvarorna som förespråkas i brödtext och recept.

**Hur beskrivs matlagningen eller maten i artikeln? (Ska det gå snabbt och vara billigt, kontinentalt eller urmodigt svenskt?)** Maten ska anpassas efter vinet. Vinet ska vara europeiskt och man ska unna sig att köpa och prova många flaskor. Maten ska vara

kontinental och börjar förberedas en vecka i förväg.

### **Finns det en bild till artikeln och vad visar den?**

Det finns 12 bilder i artikeln. Nio av dem föreställer mat som stilleben. Vissa av bilderna visar "food-in-the-making", andra bilder är på färdiga rätter. Tre bilder föreställer Niklas Ekstedt, på två av dem poserar han ledigt och skrattande tillsammans med kollegan Björn Olsson. På alla tre bilder figurerar vin, både i glas och i flaska.

**På vilket sätt speglar artikeln sin samtid? (Känns den tidstypisk och på vilket sätt? 90-talets lågkonjunktur, 70-talets charterresor och oljekris, år 2013:s ekologiska kolonilottstänk?)** Maten och alkoholen ska vara ekologisk och biologisk. Maträtterna består av ovanliga smakkombinationer som man inte stöter på i vardagliga sammanhang.

*Dagens Nyheter* 14 juni 1973

### **Låt ugnen klara maten – Kalasgott och bekvämt innan vi reser**

**Vad handlar artikeln om? (Exempel: domineras den av recept och tips eller är det ett reportage om kräftfiskaren Nils?)** Olika maträtter som kan tillagas i ugnen. Detta eftersom många kommer att åka till sommarstugor och snart. Då måste läsaren vara beredd på att klara sig med få plattor. Mest riktlinjer om hur man gör vissa maträtter och även ett recept.

### **Hur är artikeln uppbyggd (i stora drag, vad får mest plats osv)?**

Mycket text. Ett renodlat recept, och tre stycken där skribenten förklarar hur något tillagas utan att skriva ut hela receptet. Recepten har rubrikerna: croque i ugn är bekvämt och gott (varma mackor förf. anm.), spenatbottnad spätta: kalasgod med skaldjursås, Tages ansjovislåda pöser som sufflé, färsen har specialpris fin till "lejonhuvud",

### **Vilken ton ha artikeln? (Är den roligt skriven, är den fostrande, lättsam, aggressiv, lär den ut?)**

Texten lär ut. Båda hur man gör olika maträtter, men också att det är så här man gör i Amerika. Maten ska dessutom vara billig och lättlagad. Dock är det viktigare att det är bekvämt än billigt i denna artikel. "På detta fryst spättefilé (de som ligger en-packade i plastpåsar dyrast men bekvämast)."

### **Vem har skrivit artikeln? (Används signatur eller både för- och efternamn?)**

Pernilla. Inget efternamn. Detta kan bero på att det är hon som skriver nästan alla vardagsartiklar till *Dagens nyheter*. Genom att bara använda sitt förnamn gör hon sig familjär till läsaren och det passar eftersom det känns som att vardagssidorna vänder sig till barnfamiljen.

### **Vems röst får störst utrymme? (Skribenten, den intervjuade?)**



Skribentens. Hon tar rollen som experten genom att påstå att hon besitter kunskaper som inte gemene svensk besitter. Dock på ett lättamt och avslappnat sätt. "Men även våra kan utnyttjas mycket mer än de flesta av oss tänker på. Ska vi prova?"

**Vem är den intervjuade? (Man, kvinna, har personen en maktposition, används både för och efternamn?)** Ingen blev intervjuad.

**Vem är den tilltänkta läsaren? (Hemmafru, krögare, surdegshipster?)**

De som har sommarstuga, och som kommer att behöva lära sig att laga mat på färre plattor inför sommaren. (Antar att skribenten menar att man kan bara ha en platta och en ugn i stugan.) Troligtvis barnfamiljen. De vill kunna laga en större mängd mat trots att de har begränsad tillgång till redskap.

**Hur beskrivs matlagningen eller maten i artikeln? (Ska det gå snabbt och vara billigt, kontinentalt eller urmodigt svenskt?)** Matlagningen ska vara bekväm. Man ska bara behöva röra ihop något, slänga in det i ugnen och låta den laga maten. Den beskrivs även amerikansk. "Det har amerikanska folket upptäckt för länge sen och har därför både större och bättre ugnar än vi."

**Finns det en bild till artikeln och vad visar den?**

Nej, ingen bild.

**På vilket sätt speglar artikeln sin samtid? (Känns den tidstypisk och på vilket sätt? 90-talets lågkonjunktur, 70-talets charterresor och oljekris, år 2013:s ekologiska kolonilottstänk?)** Man börjar ta in influenser från många andra länder, som vi har sett i andra artiklar. Denna är inspirerad från det amerikanska köket. Inte själva maten, men hur den lagas.