



## **Maten och det nya landet.**

**En forskningsrapport från Centrum för konsumtionsvetenskap  
(CFK)**

**Helene Brembeck, MariAnne Karlsson, Eva Ossiansson, Helena Shanahan, Lena  
Jonsson, Kerstin Bergström och Pontus Engelbrektsson**

[2007-02-01]

## **Maten och det nya landet. En forskningsrapport från Centrum för konsumtionsvetenskap (CFK)**

*Helene Brembeck, MariAnne Karlsson, Eva Ossiansson, Helena Shanahan, Lena Jonsson, Kerstin Bergström och Pontus Engelbrektsson*

Rapporten *Maten och det nya landet* ingår i forskningsprojektet *Den mångdimensionella matkonsumenten. Värderingar och beteenden hos konsumenter 55+*, som är ett institutions- och fakultetsövergripande samarbete mellan forskare från etnologi, företagsekonomi, hushållsvetenskap och konsumentteknik vid Centrum för konsumtionsvetenskap (CFK), Göteborgs universitet. Projektet pågår åren 2004-2007 och finansieras av Formas (Forskningsrådet för miljö, areella näringar och samhällsbyggande). I fokus står de krav och önskemål 55+ konsumenter har på framtidens livsmedelsutbud i relation till 1) matens roll för identitets- och relationsskapande, 2) krav på produkter och tjänster, 3) förhållningssätt till hälso- och miljöfrågor och 4) förhållningssätt till varumärken och butiksutbud. Under vart och ett av de tre projektåren står en grupp i fokus: välutbildade, ekonomiskt välbeställda storstadsbor (år 1), nya svenskar (år 2) och glesbygdsbor (år 3). Ett övergripande syfte är att med utgångspunkt i kvalitativa/etnografiska metoder ge en mer djupgående och nyanserad bild, som komplement till statistiska undersökningar om samband mellan t ex åldrande, mat och hälsa. Resultatet från projektets första år finns presenterat i CFK-rapporten *Vin, växthus och vänskap*, som finns att ladda ner från CFK:s hemsida [www.cfk.gu.se](http://www.cfk.gu.se). Här finns också rapporten *Maten och det nya landet* i sin helhet att hämta.

### **Bakgrund, utgångspunkter och tillvägagångssätt**

*Maten och det nya landet* behandlar nya svenskar, närmare bestämt utrikes födda personer, som anlant till Göteborg sedan mitten av 1990-talet. 20 % av Göteborgs invånare är utrikes födda och 33 % har så kallad utländsk bakgrund (utrikes födda eller infödda invånare med minst en utrikes född förälder), men mycket lite är känt om denna grupp konsumenter.

Studien bygger på intervjuer, matdagböcker och fokusgrupper med 24 hushåll, i samtliga fall representerade av kvinnan, varav merparten (16 st.) kommer från Bosnien-Hercegovina och en mindre

andel från Serbien-Montenegro (2 st.), Irak (Kurdistan) (3 st.) och Afghanistan (3 st.). Denna fördelning sammanfaller tämligen väl med ursprungsländerna för de utrikes födda personer som kommit till Göteborg de senaste åren.

De deltagande kvinnorna har gemensamt att de är flyktingar, som under stora umbäranden lämnat länder i upplösningstillstånd, där våld blivit en del av vardagen. Alla bär på traumatiska minnen och hade mist släktingar, flera är änkor eller har söner som dödats i kriget. Med ett par undantag är de muslimer. Den stora gruppen kvinnor från Balkan hade dock en mycket pragmatisk hållning till religionen och till olika religiöst påbudna sedvänjor och hade överhuvudtaget en ”västerländsk” framtoning. Även om de i genomsnitt var 10 år yngre än kvinnorna i första årets studie, uppvisade de betydligt mer av hälsoproblem, övervikt etc. och var över huvud taget både fysiskt och psykiskt mer slitna än de. De flesta hade arbetat i sina hemländer i yrken, som lärare, damfrisör; bankkassör, affärsinnehavare och fabriksarbetare. Majoriteten kom från städer, hade bostäder i eget hus och haft det relativt gott ställt. I samband med kriget hade allt detta förändrats och deras tidigare liv slagits i spillror.

## Resultat

### Maten och måltidens mening

Ur ett kulturellt perspektiv framhålls maten och måltidens betydelse för vem man är och var man hör hemma. Att äta tillsammans är ett grundläggande sätt att skapa gemenskap och tillhörighet. Där maten i första årets studie till stor del flyttat in i ”upplevelseekonomin” och förknippades med gastronomi, vinkunskap och spännande resor, sågs maten av dessa kvinnor främst som en nödvändighet för överlevnad. Detta var matens främsta mening för dem, som alla kom från krigshärjade områden med matknapphet. Men matlagning representerade också skicklighet och kvinnokunskap och självklart smakade och doftade riktigt tillagad mat ljuvligt och såg lækker ut. Detta var självklarheter som man inte behöver orda så mycket om. I det nya landet fick maten nya funktioner som ett medel att hålla samman familjen, både den i Sverige och den i hemlandet och att vara en länk till det svenska samhället. Maten fungerar som medlare mellan gammalt och nytt, vant och ovant. Kvinnorna visar stor nyfikenhet på svensk mat och blandar obehindrat svenska maträtter med hemlandets, samtidigt som de är nogga med att behålla specialmaten, t ex den bosniska pajen och den irakiska brijanin som har särskild symbolladdning och starkt förknippas med hemlandet. Denna önskar de också att barn (döttrar) och barnbarn skall lära sig att både uppskatta och tillaga. Även om familjen framstår som den fasta punkten i livet, är samtidigt uppdelningen i kvinnliga och manliga matgemenskaper påtaglig. Männerna träffas på egen hand utanför

familjen och besöker restauranger med hemlandets snabbmatsspecialiteter medan kvinnorna träffas hemma hos varandra och dricker te och äter kakor. Även om männen blivit mer involverade i matlagning och matinköp sedan ankomsten till Sverige är det ändå påtagligt att matlagning är och också bör vara kvinnors angelägenhet. Detta är något både män och kvinnor är ense om.

När de blir äldre vill kvinnorna fortsätta laga mat så länge de bara kan. De vill kunna fortsätta bjuda barn och barnbarn på hemlandets specialiteter och väninnorna på kaffe eller te och kakor så länge som möjligt. De ser gärna att döttrarna hjälper till med matlagningsbestyren också sedan de flyttat hemifrån och fått egna hushåll, men det finns inte mycket i materialet som tyder på att deras förhoppningar generellt sett kommer att infrias. Precis som andra unga kvinnor i Sverige satsar många av döttrarna på utbildning, karriär och ett eget jämställt hushåll och kommer att ha begränsat med tid för att hjälpa sina gamla föräldrar. För ensamstående män innebär detta ett behov av billiga kaféer och enklare restauranger i närområdet, där de har möjlighet att äta hemlandets mat eller kanske köpa med sig lagade rätter hem.

Den främsta skillnaden mellan dessa människor och våra respondenter från den tidigare studien är, vid sidan om den knappa ekonomin, språksvårigheter. Många hade inte tänkt stanna i landet och lärde sig därför aldrig svenska. Nu lever de med ett relativt stort språkligt handikapp, som inte lär bli bättre när de blir äldre och med uttalade skamkänslor för att de inte behärskar svenska bättre. Hemvårdspersonal liksom butikspersonal som talar det egna språket skulle underlätta mycket. Servicehus i bostadsområdet med personal som talar språket vore en möjlighet, eftersom det är i bostadsområdet man har sin tillhörighet och sina vänner och det är där man vill bo kvar. Att vara med och laga egen mat skulle säkert uppskattas av kvinnorna, kafeterior där man kan köpa mat från hemlandet och bjuda släkt och vänner som kommer på besök kan vara en bra idé. Viktigt är också att ge utrymme för både manliga och kvinnliga aktiviteter och sfärer och att respektera det behov vissa äldre muslimska kvinnor kan uppleva av avskildhet från män, utan att därför agera för könssegregerat boende.

### **Maten, hälsan och miljön i framtiden**

De resurser som hushåll använder för att tillfredställa sina behov och leva ett gott liv kan klassificeras i materiella och immateriella. Materiella resurser är artefakter av olika slag, bostaden, bilen etc. Immateriella resurser är kunskap och färdigheter, attityder, värderingar, empati, all det som finns inuti en person. Tid, som en resurs, passar inte riktigt in i någon av grupperna. Våra resultat i den här studien visar att hushållen var resurstarka vad det gällde tid. Det var inget som de valt själva då det ofta berodde på arbetslöshet, sjukskrivning eller pensionering. Även när det gäller matlagning var hushållen resurstarka,

kunskaper och färdigheter låg på en hög nivå. Å andra sidan, boendestandard undantagen, var deras ekonomiska standard lägre än det genomsnittliga svenska hushållet. Deras konsumtion, speciellt matkonsumtionen, visade på mönster som kan tolkas som konsekvenser av tillgång och knapphet på de olika typerna av resurser ovan. När man handlade mat lades mycket tid ner på att jämföra priser för att hitta de lägsta priserna. Maten var i stor utsträckning hemlagad och man bakade mycket hemma. Matlagning gav den vardagliga tillvaron mening och struktur. Genom maten uppehöll man också traditioner från hemlandet. Svensk matkultur hade integrerats i matvanorna, ofta genom barnen, och man uppskattade också svensk mat. Ur ett näringsperspektiv låg hushållens mat på ungefär på samma nivå, om inte högre, som andra svenska hushåll. Ett undantag var den i några hushåll exceptionellt höga användningen av matolja och preferenser för söta kakor. Man oroade sig för att man skulle bli sjuk av mat och var noga med att maten inte innehöll farliga bakterier, var för gammal eller innehöll bekämpningsmedel. Man oroade sig dock inte för miljöfrågor. Hushållen uppfattade den svenska miljön som mycket ren och hälsosam. Att sortera sopor uppfattades som helt naturligt och tillämpades i alla hushåll.

När dessa kvinnor flyttar till äldreboende så vill de äta maträtter från sina egna hemländer men också svensk mat och mat från andra matkultur. De poängterar särskilt glädjen med att smaka olika maträtter. De har anpassat sig till det svenska sättet att fördela måltiderna över dagen. De kommer att vilja ha en ordinär frukost och ett huvudmål mitt på dagen. Sedan bör det finnas individuellt anpassade möjligheter att få smörgås eller kaka med kaffe och många fruktstunder under dagen. Eftersom de vill bo hemma så länge som möjligt ser de sig själva laga mat långt fram i livet och då är det viktigt att de kan finna sitt hemlands basvaror (t ex speciellt vetemjöl och bröd, blad från vinrankan) i butikshyllorna. I talet om hälsosam mat uttrycker de en önskan om att äta mera grönsaker och fisk och mat som inte är för fet. När de i framtiden kommer i behov av hjälp med mat, antingen i äldreboende eller via hemsänd mat, överensstämmer respondenternas längtan efter mat i stort med näringsrekommendationerna.

I Sverige strävar vi efter en jämlikare hälsa mellan alla invånare och ger gärna råd till nyhitkomna människor som bygger på svenska förhållanden. Bristen i råden har uppenbarats i denna undersökning. Då det ligger en fara i att respondenterna äter för stora kvantiteter matfett trots bra fettsyrasammansättning rekommenderar vi forskningen att söka nya modeller anpassade till målgruppen om hur man sätter ihop måltider med näringsmässigt och volym/mängdmässigt god kvalitet. Modeller som bygger på kött, fisk och sås och förklaras med kostcirkeln, indelad efter livsmedelsgrupper, blir inte pedagogiska för människor som mestadels lagar blandade rätter som gryta, soppa, paj och pirog.

## Maten och tekniken

I de intervjuer vi har gjort har teknik, eller snarare den upplevda relationen mellan mat och teknik, utgjort en av frågeställningarna. Hur ser intervjupersonerna på sambandet mellan mat och teknik? Vilken teknik använder man och vilken teknik använder man inte? Har flytten till Sverige inneburit ett möte med ny (för individen) teknik? Om det inneburit ett möte med ny teknik, har då detta påverkat t ex inköpsmönster, sättet att förvara respektive att tillreda mat?

Teknik associeras ofta med tekniska ting. Teknik är emellertid ett begrepp med flera möjliga betydelser, t.ex. teknik som kunskap (information), teknik som tillvägagångssätt (regler), teknik som föremål, ting (funktioner, prestanda) och teknik som drag hos individer (kompetenser). Samliga dessa teknikkdimensioner är en del av vår vardag. Matberedning kan, utifrån teknikbegreppets olika betydelser, beskrivas som bestående av kunskaper om vad som är ätbart, om olika livsmedels smaker och egenskaper, och om hur de bör bearbetas. Den består också av regler och metoder, t ex i form av recept. Den består av de artefakter, de ting, som används under olika moment av beredningen, för att förvara, rengöra, skära, värma, kyla, etc. och den består av de kompetenser som de personer har som tillreder maten och använder artefakterna – i vårt fall våra respondenter. I samtliga intervjuade hushåll fanns teknik och tekniska artefakter närvarande i samband med förvaring, beredning och tillagning av mat. I de intervjuer som genomförts är det emellertid sättet att och kunskapen om hur att tillreda mat som dominerat samtalen medan de tekniska artefakterna inte är något man självmant lyfter fram. Artefakterna är här, liksom i många andra intervjuer kring vardagen, en del av den självklara ”bakgrunden” till de olika verksamheterna och aktiviteter.

Om vi hade förväntat oss stora skillnader mellan de tekniska artefakter man har idag och de man hade tidigare, innan man flyttade till Sverige, kunde inte några sådana skillnader bekräftas av intervjuaren. I de flesta fall verkar den teknik man har tillgång till i Sverige vara densamma teknik som man hade tillgång till i det gamla hemlandet, även om den specifika standarden kanske varit en annan och inte alltid sämre. Den ekonomiska situationen i det gamla hemlandet skulle delvis förklara icke-skillnaderna men en annan förklaring kan vara att många av de hushållstekniska artefakterna, dvs. spis, kyl och frys etc. bildar vad som kallas ”the standard package”, dvs. den uppsättning teknik (eller andra nyttigheter) som är välbekant för flertalet och som återfinns inom många hushåll i ett kulturellt homogent område och egentligen oavsett ekonomisk situation.

Inte alltid explicit men via matdagböcker, receptbeskrivningar och i de bilder som intervjupersonerna själva dokumenterat, kan man se att hushållens matvanorna och tillredningen av maträtterna präglar utnyttjandet av de tekniska artefakterna, vanor som åtminstone delvis etablerats i tiden ”före Sverige”. De tillagningsmetoder man använder är visserligen de ”vanliga”, dvs. man kokar, steker och bakar i ugnen, men eftersom man ofta lagar och äter t.ex. soppa och olika former av köttgrytor innebär det att man utnyttjar spisen för att koka, snarare än steka och tillaga mat i ugn. Ugnen används primärt för att baka; bröd, paj och kakor.

På samma sätt kan man ana att förändringar sett över tid i teknikinhav. Några av intervjupersonerna har t.ex. behållit sitt tidigare sätt att laga kaffe och föredrar kokkaffe av turkisk typ. Samtidigt finns andra familjemedlemmar som föredrar ”svenskt” bryggkaffe och ytterligare andra som helst dricker espresso vilket innebar att man förutom den klassiska turkiska kaffepannan också har en kaffebryggare och/eller en espressomaskin. Samtidigt kan utbyten eller kanske snarare av adderingar av ”kaffetyp”, vilka påverkar innehavet och utnyttjandet av tekniska artefakter, kan också vara en del av en samtidig, allmän globaliseringstrend.

Inställningen till teknik tycks relativt neutral utom i ett fall, frysboxen, där intervjugruppen är splittrad i två. En grupp är positiv till användningen av frysen och en grupp är negativ, med referens till att kvaliteten hos matvarorna sjunker. Teknikifiering i samband med förvaring av livsmedel innebär alltså en del konflikter medan användningen av annan teknik i samband med matlagning inte verkar göra det. Man lagar mat från råvaror, man har relativt gott om tid för inköp och matberedning, och man använder en del teknik men väljer ofta att inte använda den. Tid, som ofta framförs som argument för ökad teknikifiering blir inte så viktigt som motiv för teknikanvändning. Istället är man stolt över att man kan bereda ”för hand”.

Det skiljer i ålder mellan de yngsta och de äldsta intervjupersonerna i studien men någon slutsats kring olika åldrars förhållande till mat och teknik är svår att dra. Personerna kommer också från skilda länder och har skilda bakgrunder i termer t.ex. av utbildning. Inte heller här kan man direkt se några mönster beträffande olika gruppers teknikinhav och teknikanvändning. Det kan beror på att den inte finns några skillnader, det kan också bero på att en obalans inom intervjugruppen (övervägande antal från f d Jugoslavien), det kan inte minst på att språket i många fall inte räckt till. Oavsett kan man konstatera att det inte tycks finnas några stora skillnader i teknikinhav hos intervjugruppen jämfört med andra ”svenskars” i allmänhet. Däremot finns det eventuellt skillnader i utnyttjandet, användningen, av de funktioner som de tekniska artefakterna erbjuder. Att närmare studera detta hade varit värdefullt, inte minst för utvecklingen av nya funktioner hos ny hushållsteknik.

### **Butikernas meningsskapande – en del av den tredje kulturen**

Många gånger har det förts fram att utrikesfödda svenskar framför allt vill konsumera och kunna handla sitt hemlands mat, varför det har betonats att allt fler butiker bör ha ett sortiment av s.k. etnisk mat. Det har emellertid visat sig i vår studie att det för den här gruppen inte handlar bara om att kunna hitta en viss mat eller varumärken från sina hemländer, utan att de egentligen bara vill bli sedda som alla andra konsumenter. De vill bli en del av det bästa i vårt samhälle. Deras tacksamhet är enorm och de har oerhört låga krav. De blir lyckliga av att någon i butiken hälsar på dem. Våra respondenter har tagit till sig det nya landet, dess butiker och mat, trots svårigheter att läsa. De har till och med försökt att ta del av den nya kulturen genom butikernas direktreklam. En marknadsföringsaktivitet som egentligen syftar till att visa på vilka varor som erbjuds till extrapris under kampanjperioden, har av våra respondenter kommit att ses som en möjlighet att ta del av och lära sig en ny kultur. De läser recepten i butikerna och försöker lära sig svenska genom reklambladen.

Dagligvarukedjorna och livsmedelsproducenterna verkar däremot inte ha förstått vad den här typen av marknadsföringsaktiviteter egentligen innebär för den här gruppen. Visserligen har den inte en stark ekonomisk köpkraft i nuläget, men har en stark inneboende vilja att konsumera och kommer att göra detta i takt med att de får en bättre ekonomi då eventuellt barnen kan bistå dem. Dagligvarukedjorna verkar inte heller ha förstått vad butiken som konsumtionsarena kan betyda och vilken roll butikerna respektive leverantörerna och deras varumärken kan betyda för deras konsumtion och möjlighet att bli en del av vårt samhälle.

Det handlar således inte om att ta sin utgångspunkt i etnisk mat i sig utan snarare att försöka förstå vad den ”tredje kulturen” innebär för den här konsumentgruppen. De vill både vara en del av sin gamla och nya kultur. De vill kunna handla på marknader såsom Kviberg och Bellevue, för att kunna återuppleva sitt forna hemlands sätt att handla, men detta innebär inte att de ogillar vanliga dagligvarubutiker.

Marknaderna möjliggör att de kan handla mat, kläder och hygienartiklar till ett lågt pris. Genom att handla billigt kan de få ekonomin att gå runt, kanske lägga undan lite och köpa presenter till släkt och vänner. Att handla på marknaden är en social aktivitet och många män följer också med då de går dit.



Det är också den stora mångfalden av olika butiker som är viktigt för den här gruppen av konsumenter. De behöver lågprisbutikerna för att få ekonomin att gå runt, men besöker även frekvent vanliga dagligvarubutiker i sin strävan att hitta bra mat och kända varumärken till kampanjpris. Ofta söker de dessutom just svensk mat och svenska varumärken. Det är således möjligt även för de kommersiella krafterna att bli en del av de här konsumenternas ackulturationsprocesser och bidra med något positivt. Varumärken kan hjälpa till att skapa stolthet, direktreklamerna kan lyfta fram de här grupperna och deras mat. Personalen kan i en högre utsträckning rekryteras från de här grupperna för att visa på en större mångfald samt vilja till att integrera dem i konsumtionssamhället. Butikerna kan uppmärksamma deras mat och seder, men också försöka att ge närområdet i förorten stöd, precis som man kan välja att sponsra olika idrottsaktiviteter.

Att betrakta dem som en grupp, vilken bara vill konsumera enligt sitt eget hemlands kultur innebär en bristande förståelse för de ackulturationsprocesser de som konsumenter går igenom. Det är därför viktigare att försöka förstå och bli en del av deras tredje kultur och sist men inte minst betrakta dem som intressanta konsumenter.

Helen Brembeck  
Docent i etnologi, forskningsledare  
Centrum för konsumtionsvetenskap  
Göteborgs Universitet  
Helen.Brembeck@cfk.gu.se

Allt material på dessa sidor är upphovsrättsligt skyddade och får inte användas i kommersiellt syfte. Använd gärna texten för eget bruk men ange var materialet har hämtats.

Ange referensen på följande sätt:

Brembeck, H., et al: Maten och det nya landet. En forskningsrapport från Centrum för konsumtionsvetenskap (2007). [Elektronisk]. Vårdalinstitutets Tematiska rum : Näring och ätande.

Tillgänglig: [www.vardalinstitutet.net](http://www.vardalinstitutet.net), Tematiska rum.