

Lunds universitet
Institutionen för kommunikation och medier
Journalistik
Handledare: Patrik Lundell
2018-01-08

Jon Wennström Loman
JOUK10-HT2017

Staden genom maten

En kultursociologisk textanalys av
Sydsvenskans restaurangrecensioner
1995, 2005 och 2015

Sammanfattning

Mat, kockarna som lagar den och restaurangerna som serverar den har sedan början av 2000-talet upptagit mer av utrymmet i flertalet medier, inte minst tv-medier. Matens fält har blivit ett populärkulturellt fenomen värt att undersökas vetenskapligt. Mycket av den forskningen på ämnet som idag görs är fokuserade på internets användargenererade recensioner.

Sydsvenskans recensioner signerade Bong har sedan 1995 publicerats regelbundet och en kultursociologisk textsanalys görs i uppsatsen för att se hur dominerande samhällsströmningar och ideologier verkar och förstärks genom recensionerna. Blottläggandet av vad som sägs bortom texten är viktigt för att kunna se vad journalistiken verkligen säger, inte bara vad den verkar säga. Teoretiskt ramverk är Bourdieus begreppsvärld av fältteori och symboliskt kapital men även postmodernistiska teorier om populärkultur används. Analysen visar att det kulturella mat- och restaurangfältet har förändrats från ett statiskt, traditionsbundet fält djupt styrt av modernismens klassamhälle till en postmodern hyperrealitet där maten fungerar som underhållning.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	4
2. Syfte och frågeställning.....	5
3. Tidigare forskning.....	5
4. Teori.....	7
4.1 Bourdieu.....	7
4.2 Populärkulturell postmodernism.....	10
4.3 Foodien.....	11
5. Metod.....	11
6. Material.....	12
7. Analys.....	13
7.1 1995.....	13
7.1.1 Förväntningarnas pris.....	13
7.1.2 Gästen har alltid rätt.....	14
7.1.3 Klassiskt franskt till middag.....	16
7.1.4 Att slippa obehag är gott nog för en arbetare.....	17
7.1.5 Autenticitet eller stereotyp rasism.....	19
7.2 2005.....	20
7.2.1 Arbetarklassnostalgi och den kulturella klassen.....	20
7.2.2 Nedskruvade förväntningar.....	22
7.2.3 Sushi och espresso.....	23
7.2.4 Bong som social kompass.....	25
7.3 2015.....	26
7.3.1 Klassiker och nedklassat.....	26
7.3.2 Människan blir restaurangen.....	27
8. Slutsats.....	30
9. Diskussion.....	31
10. Referenser.....	33
10.1 Empiriskt material från Sydsvenskan.....	33
10.1.1 1995.....	33
10.1.2 2005.....	33
10.1.3 2015.....	34
10.2 Litteratur.....	35

1. Inledning

Mat är något biologiskt essentiellt, näring, som ger människan den energi som är skillnaden mellan liv och död. Vi människor föds med sugreflexen och är genetiskt programmerade att äta, att söka efter föda. Till detta genetiskt programmerade beteende har människan tillfört ytterligare betydelser som inte är direkt knuten till näringspremissen. Dessa betydelser som skapas och utbyts mellan människor och grupper är kultur.¹

Mat- och restaurangfältet har på kort tid förändrats. Under 2000-talets början har fältet kommit att bli mer och mer exponerat och konsumerat i massmedier, mat har blivit populärkultur.² Maten och dess upphovsmänniskor syns nu på bästa sändningstid i tv och överallt i tidningar, magasin och radio på ett sätt som den inte gjorde för 20 år sedan. En subkultur av kulinariskt överintresserade personer, ”foodies”, har om inte blivit allt mer folkligt så ett folkligt begrepp. Inget kulturellt fenomen föds ur ingenting och denna studie vill visa på hur en social och kulturell trends positionering i ett medium kan vara tätt knutet till formandet av en stads postindustriella identitet.

Sydsvenskan är Malmös dominerande dagstidning till räckvidd och upplaga. Sedan 1995 har restaurangrecensioner signerade Bong publicerats en gång i veckan. Bong är en anonym signatur och idag att det är ett antal olika skribenter som gått ut med att de agerat under titeln. Den första av de alla skrev till och med en bok om sina tolv år som krogrecensent. Malmö är intressant som forskningsobjekt då staden drabbades hårt ekonomiskt och socialt när tillverkningsindustrier lades ner eller flyttades när staden gick från modern industristad till postindustriell kunskapsstad.³ Sedan 1995 då Bong startade har likt staden även Malmös mat- och restaurangfält förändrats, och i februari 2015 delades de första Michelinstjärnorna ut till restauranger i Malmö.

¹ Simon, Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*. Malmö: Liber, 2014, 29.

² Ibid. 46.

³ Veselinka, Möllerström. *Malmös omvandling från arbetarstad till kunskapsstad, En diskursanalytisk studie av Malmös förnyelse*. Diss: Lunds universitet, 2011, 18.

2. Syfte och frågeställning

Syftet är att genom en kvalitativ innehållsanalys av *Sydsvenskans* krogrecensioner kunna utläsa underliggande ideologier och dominerande föreställningar om samhället, maten och det sociala livet som döljs i texten. Recensenten som agent är, på det kulturella fält som den berör, med och skapar sanningar och kunskaper som i sin tur konkretiseras genom sociala handlingar.⁴ Därför är det viktigt att kunna läsa ut en mer komplex ideologi ur något tillsynes så oskyldigt som de populärkulturella förströelser medier producerar. Utgångspunkt är följande frågeställningar:

*Vilka ideologier och dominerande idéer kan utläsas ur Bongs restaurang recensioner?
Hur skiljer sig bilden av vad som är önskvärt och icke önskvärt mellan nedslagsåren?*

3. Tidigare forskning

För svensk kulturjournalistikforskning är undersökningar av recensioner vanliga enligt Anna Roosvall et al.⁵ Ett exempel på detta är Kristina Widestedts avhandling, *Ett tongivande förnuft: Musikkritik i dagspress under två sekler*.⁶ Widestedts avhandling är en tematisk diskursanalys av konsertrecensioner som lägger tonvikten på Foucaults begrepp makt/kunskap.⁷ Widestedt menar att det är studier av diskurser inom musikjournalistiken som genererar studiens huvudsakliga objekt – maktrelationer.⁸ Två sidor av maktbegreppet som Widestedt kopplar till musikkritiken är:

För det första den sortens makt som åtföljer uppbyggnaden av kunskap om ett särskilt ämnesområde, där det handlar om att definiera kunskapsobjekt, att konstruera ramarna och bestämma spännvidden för de samtal som förs om musik.⁹

Den andra sidan är de sociala maktförhållandena inom den grupp som är involverade i det offentliga samtalet om det specifika ämnet.¹⁰ Intressant för den här uppsatsen är även

⁴ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 56.

⁵ Anna Roosvall & Andreas Widholm & Kristina Riegert. ”Kulturjournalistik”, i *Handbok i journalistikforskning* red. Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper. Lund: Studentlitteratur, 2015, 273.

⁶ Ibid.

⁷ Kristina Widestedt. *Ett tongivande förnuft, Musikkritik i dagspress under två sekler*. Diss, Stockholms Universitet, 2001, 23.

⁸ Ibid. 37.

⁹ Ibid. 49.

¹⁰ Ibid.

begreppsparet estetik/journalistik som Widestedt belyser när musiken konstrueras som ett kunskapsobjekt.¹¹ Begreppsparet förklaras vidare:

Mycket förenklat kan man säga att det estetiska förhållningsättet i grunden är elitistiskt, medan det journalistiska är mer allmängiltigt eller 'folkligt'. En musikkritik skriven utifrån ett estetiskt perspektiv närmar sig facktidskriftens idiom och specialintresserade läsekrets, medan en rent journalistisk musikkritik istället populariserar och allmängör ett för den genomsnittlige dagstidningsläsaren kanske delvis okänt kunskapsområde genom att 'avestetisera' konserten och behandla den som vilken aktuell händelse som helst.¹²

Jag menar att konstruktionen av just detta motsatspar, estetik/journalistik, ger mening i utläsandet av recensioner generellt då det ger ett tydligt verktyg för att se hur och när recensioner utövar makt, då en text måste innehålla båda motsatsparen för att utgöra just en recension.¹³ Accepterandet av Widestedts premiss gör att alla recensioner bär på en inneboende dynamisk maktrelation mellan elitism och upplysning.

I "The postmodern palate: dining out in the individualized era" av Donald Sloan undersöks och postmodernistiska teoriers inflytande över den moderna kulinariska världen. Mot en bakgrund av Bourdieus teorier om sociala fält använder Sloan sig av postmoderna idéer om individualisering enligt Bauman, semiotik enligt Baudrillard och tribalisering enligt Maffesoli för att måla upp en komplex bild av tidens restaurangbesökare:

It could be argued that restaurants, and the consumer behaviour which they help to sustain, are symbols of our shift to a postmodern society in which the pursuit of lifestyle is a widespread preoccupation.¹⁴

Sloan menar att restaurangen idag är den kanske främsta scenen för den postmoderna människan att visa upp sig och sin livsstilsmedvetenhet.¹⁵ Restauranger är med och konstruerar scenen genom att tillhandahålla estetiskt spännande miljöer anpassade för konsumtion. När det gäller mediers roll menar Sloan att:

¹¹ Ibid. 93.

¹² Ibid.

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid. 38.

¹⁵ Ibid.

The growth in our symbolic culture, which is largely perpetuated by the media, encourages the use of space as a forum for the development and expression of lifestyle and self-identity.¹⁶

Att uttrycka sig genom matkultur ska snarare kopplas till begreppet *stylized conventions*, en process pådriven av mediers texter snarare än ett uttryck för individualitet.¹⁷

Den nya zeeländska fallstudien *Journalistic integrity or arbiter of taste? The case study of restaurant* ger ett nytt begreppspar inte helt olikt Widedstedts estetik/journalistik-begrepp som nämnts tidigare i texten. Här ställs *connoisseurial reviews* mot *procedural reviews*. De beskrivs i texten som två metoder att skriva recensioner, på liknande sätt som vetenskapen skiljer på kvantitativ och kvalitativ metod.¹⁸ Den konnässörsbetonade recensionen är beroende av publikens accepterande av recensentens kulturella kapital. Medan den procedurbetonade är en mer kvantifierande stil i syfte att uppnå en mer objektiv och teknisk bedömning.¹⁹ Författarna menar dock att hur sakligt en recensentens sätt att producera text än är så är det fortfarande en upplevelse som bedöms.²⁰ Det finns en subjektivitet även om texten presenteras i siffror och symboler snarare än utsmyckad prosa.

Här presenteras även en modell som definierar recensentens roll i restaurangekonomin.²¹ Läsare behöver expertis för att stärka sin identitet som tex 'foodie'. Recensenterna levererar expertis och är beroende av sin läsarkrets för att generera inkomst. Restauranger behöver gäster, som ofta väljer restauranger efter experternas bedömningar.

I fallstudien beskrivs en recensent vars framgångar, enligt artikelförfattarna, har byggts upp av en tydlig social distans till restaurangvärlden samt att vara erkänt dåligt bevandrad inom det kulinariska fältet. Det är denna distans till fältets aktörer som har stärkt den journalistiska integriteten.²²

4. Teori

4.1 Bourdieu

Bourdieus teorier om symboliskt kapital och fält ger enligt min uppfattning användbara verktyg för att beskriva hur människans maktpositioner konstrueras genom bland annat

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid. 39.

¹⁸ Warren Goodsir & Lindsay Neill & David Williamson & Alan Brown. "Journalistic integrity or arbiter of taste?", i *Journal of hospitality and tourism management*, vol. 21, 2014, 129.

¹⁹ Ibid. 130

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

²² Ibid. 132

mediers texter. Mycket av Bourdieus tankar bottnar i tidiga fältstudier i för honom främmande kulturer, där han som antropolog kunde sätta sig utanför det sociala spelet och på det sättet lättare kunna observera och konstruera idéer om dess mekanismer. Det Bourdieu fann var ett komplext socialt spel, ett system som du bara kan förstå om du är född in i det, och bara kan identifiera genom att se det utifrån.²³ Ett system av gåvor, motgåvor, beteenden och sätt att förhålla sig till varandra bildade en 'symbolisk ekonomi' upprätthållen av 'socialt kapital' som byggde på nedärvda myter, traditioner och värden.²⁴ När Bourdieu senare, i en karriär som sociolog, kopplar sina tidiga idéer om det symboliska kapitalet till sitt samtida Frankrike, finner han tydliga likheter. Egenskaper som att tala det dominerande språket, att vara allmänbildad, initierad, känna till de sociala koderna och vara utrustad med god smak tycktes vara nödvändigt för att nå framgångar i skolan.²⁵ Alla dessa egenskaper fungerade som symboliska kulturella tillgångar, ett kulturellt kapital i en ekonomi där vinnarna presterade bra inom de fält det var önskvärt att vara framgångsrik i. På individnivå kan människan göra investeringar så som att studera och förfina sin smak för att öka ditt kulturella kapital.²⁶ Det kulturella kapitalet gör det lättare för individen att nå framgång inom det härskande systemet, det system som definierar tolkningsrätten för vad som är socialt önskvärt.

Det kulturella kapitalet existerar för Bourdieu framför allt i människors kroppar som kunskaper, erfarenheter, sätt att uppfatta och tänka, att tala och röra sig.²⁷

Det sociala kapitalet (inklusive det kulturella), människans värderingar, världs- och trosuppfattning formar ett *habitus*. Habitus är en uppsättning av förinställda dispositioner människan kommer att ta inför sociala situationer baserat på nedärvt socialt kapital, det vill säga att många av de positioner en individ tar, redan är grundade i, och till stor del påverkade av, den kultur denne växer upp och lever i.²⁸ Individens habitus påverkar därmed hur denne förmodligen kommer att positionera sig i det sociala rummet. Likheter i individers positioner i det sociala och kulturella spelet speglas även i liknande habitus. Den franska kultur som

²³ Ibid.

²⁴ Broady, Donald. "Kulturens fält. Om Pierre Bourdieus sociologi", i *Masskommunikation och kultur*, NORDICOM-Nytt/Sverige, Nr 1-2, 1988, 3.

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid. 6.

²⁷ Ibid. 5

²⁸ Ibid. 6f

Bourdieu beskriver är en traditionell 'finkultur', en kultur som anses som den legitima och dominerande i samhället.²⁹

I "Distinktionen" ringar Bourdieu in smaken som en "förmåga till omedelbara och intuitiva omdömen om estetiska kvaliteter".³⁰ Denna smakens definition gäller för båda sidor av begreppets dubbelnatur, smaken som ett uttryck för kulturell disposition och som i betydelsen att urskilja och föredra viss sorts mat. Detta har betydelse för människors konsumtionsmönster, där konsumenter genom sina dispositioner och positioner är med och skapar de produkter de konsumerar. Bourdieu menar att när det kommer till konstverk krävs en hög grad av nedärvda dispositioner för att som konsument känna tillfredsställelse i själva konsumerandet.³¹ Detta betyder att det i hög grad är människans samlade dispositioner, dess habitus som förlämnar möjligheten att kunna göra distinktioner av smaker. Olika smaker är knutna till olika sociala och ekonomiska förutsättningar och skapar korresponderande konsumtionsvaror som i sin tur blir identitetsmarkörer.³² Detta ger att konsumtion av kultur, som är med i påverkandet av identiteter, är en fråga om smak beroende av habitus som i sin tur skapar konsumtionsbegärliga produkter. Bourdieu använder dessutom klassbegreppet som ett sätt att konstruera grupper av agenter vars definitioner är en komplex struktur av alla egenskaper som påverkar sociala praktiker exempelvis kapital, kön, etnicitet, härkomst, ålder, bildningsnivå.³³ Det är detta klasshabitus det vill säga alla dessa sammantagna praktiker som skapar och enar den konstruerade klassen.

När människor specialiserar sig inom ett område och det finns någon form av vinst i (ekonomisk eller social) att utöva sina kunskaper bildas ett "fält". Det räcker inte med att någon ensam expert står oemotsagd eller är obestridd för att ett fält ska bildas. Det krävs enligt Bourdieu inte enbart aktörer inom fältet det krävs dessutom erkända värdehierarkier.³⁴ Dessa aktörer kämpar inom fältet antingen för att bibehålla eller förändra fältets struktur.³⁵

The concept of field is a research tool, the main function of which is to enable the scientific construction of social objects.³⁶

²⁹ Ibid. 5.

³⁰ Pierre Bourdieu, "Distinktionen en social kritik av omdömet" I *Kultursociologiska texter* red. Broady, Donald & Palme, Mikael. Stockholm: Salamander 1986, 240.

³¹ Ibid. 241.

³² Ibid. 242f

³³ Ibid. 252

³⁴ Broady. "Kulturens fält. Om Pierre Bourdieus sociologi", 6.

³⁵ Pierre Bourdieu. "The political field, the social science field and the journalistic field", I *Bourdieu and the journalistic field*. red. Benson, Rodney & Neveu, Erik, Cambridge: Polity press, 2005, 30.

³⁶ Ibid.

Med detta menar Bourdieu att syftet med fältet som koncept är att skapa ett vetenskapligt verktyg som möjliggör en vetenskap av högre värde genom att inte definiera exempelvis journalistiken utifrån journalisten som individ, utan definiera journalistikens fält utifrån de positioner som en journalist tar vid en specifik tidpunkt, som en agent representerande ett specifikt fält.³⁷

I texterna ”Modeskaparen och hans märke” och ”Produktionen av tro” beskriver Bourdieu ekonomin av symboliskt kapital inom kulturproducerande fält. Med exempel ur mode-, konst-, litteratur- och teater-fälten i Frankrike beskrivs hur symboliskt kapital uppstår, utbyts och förvaltas. Ett av nyckelbegreppen är konsekrationscykeln, som beskriver hur symboliskt kapital skapas av agenterna på fältet och genom en social alkemi som möjliggör att kulturproducenter och deras produkter kan upphöjas till ett högre kulturellt värde än det uppenbara produktionsvärdet.³⁸ Utgångspunkten för att använda teorierna från dessa kulturfält är en premiss om att även mat- och restaurangfältet i grunden bygger på produktionen av konst, på franska *l'art culinaire*, på engelska *culinary arts* eller svenskans *kokkonst*. Men mat- och restaurangfältet delar mycket mer än ett etymologiskt släktskap med övriga kulturfält, de delar även ett liknande system av agenter och funktioner, inte minst recensionen, något som Bourdieu bekräftar i ”Distinktionen”.³⁹

4.2 Populärkultur och postmodernism

Även om det gjorts mer eller mindre lyckade försök att ringa in populärkulturen, kan det anses vara ett halt begrepp. Simon Lindgren ger sig medveten om detta dock in i ett försök att definiera efter fyra punkter, här grovhuggna men tydliga: populärkulturen är kommersiell, lättillgänglig, inte intellektuellt krävande och folklig.⁴⁰ Dessa fyra punkter ska snarare ses som ett stöd att orientera sig efter än tolkas bokstavligt.⁴¹

Lindgren beskriver populärkultursociologin som ett tvärvetenskapligt forskningsfält och tar hjälp av både strukturalism, postmodernism, kulturvetenskap, filosofi, etnologi och antropologi för att resonera sig fram till listan. Hur man än väljer att göra

³⁷ Ibid. 31.

³⁸ Pierre Bourdieu, ”Modeskaparen och hans märke”, I *Kultursociologiska texter* red. Broady, Donald & Palme, Mikael. Stockholm: Salamander 1986, 128ff.

³⁹ Bourdieu, ”Distinktionen en social kritik av omdömet”, 240.

⁴⁰ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*. Malmö, 46.

⁴¹ Ibid.

distinktionen huruvida restaurangrecensionen är kulturjournalistik eller nöjesjournalistik, gör jag bedömningen att de faller inom ramen för populärvetenskap – och behandlar den därefter.

Med stöd av strukturalismens teorier kan kulturella myter identifieras i texter. Enkelt uttryckt är det berättelser och figurer som ständigt återkommer i olika texter. Genom att myterna bryter mot den dominerande samhällsideologin, kan man genom att identifiera myterna och deras mönster utläsa vad samhället anser önskvärt.⁴² Denna distinktion mellan det önskvärda och icke önskvärda påverkar enligt Bourdieu även klasssamhällets maktordning.⁴³

4.3 Foodien

'Foodien' är en person eller kulturellt fenomen som är ett västerländskt uttryck för medelklassindivider med en stor passion för att matlagning, att äta mat och mat som kunskapsfält, enligt konsumtionskulturforskaren Sofia Ulver.⁴⁴ Hon gör vidare en tolkning av att foodiekulturen som fenomen växer sig starkare under 2000-talet genom att män invaderar det traditionellt kvinnligt kodade matfältet, vilket visar på att underliggande ideologier och maktrelationer, gömmer sig i etablerandet av denna kultur på mat- och restaurangfältet.⁴⁵ I texten studeras huruvida matfältets statushöjning är ett tecken på en utjämning i maktrelationer mellan de traditionella könsrollerna eller om männens inträde just är en invasion som hjälper till att bibehålla traditionella könsnormer.

5. Metod

Metoden för denna studie är en kvalitativ textanalys med diskurskritiskt perspektiv som utgår från hur formuleringar, ordval och tilltal har sett ut och hur de skiljer sig åt mellan nedslagen i det empiriska materialet.⁴⁶ Frågor har ställts till texterna och besvarats utifrån Bourdieus begreppsapparat och stöd från postmoderna teorier. Analysen utgår från kommunikationssituationen att det finns en interaktion mellan skribent och läsare och att texten därmed blir en social handling.⁴⁷ Denna studie har tagit inspiration från Simon

⁴² Ibid. 76.

⁴³ Ibid, 34f.

⁴⁴ Sofia Ulver. "Encouraged Intrusion and the Entering of a Subordinate Consumption Field", I *Advances in Consumer Research*, 43, 2015, 415.

⁴⁵ Ibid. 415.

⁴⁶ Johanna Ledin och Ulla Moberg. Textanalytisk metod. I *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Ekström, Mats & Larsson, Larsåke. (red.), 2. Uppl., Studentlitteratur: Lund, 2015. 155.

⁴⁷ Ibid.

Lindgrens tredimensionella analysmodell där populärkulturella uttryck läses på tre olika nivåer: en textuell nivå, en kontextuell nivå och en sociohistorisk nivå.⁴⁸ Alla tre sätten används sällan samtidigt i akademiska arbeten, eller så har tonvikten lagts på en av analysmetoderna.⁴⁹ På den textuella nivån har texten analyserats utifrån hur den är uppbyggd.⁵⁰ På denna nivå har framförallt semiotiken används för att analysera texternas byggstenar, dess tecken. Ett sätt att förstå hur tecken fungerar är att skilja på de olika funktioner som i varierande grad finns inneboende i alla tecken.⁵¹ Genom att avkoda texternas tecken kan den mening dessa skapar utläsas.⁵² Kontextuellt analyserades texterna i ett större sammanhang, det vill säga dess relationer till andra uttryck.⁵³ Denna del av analysen har varit inspirerad av diskursanalysens funktion och syfte, att avslöjas texters dolda positioner i relation till andra texter så väl som det sociala spelet. Dessa positioner utgör maktstrukturer dolda i sociala mönster (ideologier) som är med och definierar sanningar och vad som anses naturligt.⁵⁴ De enskilda tecken som analyseras på den textuella nivån bildade tillsammans de mönster som är diskursen och det är Foucaults tankar om hur makt genomsyrar alla sociala situationer här har varit centrala.⁵⁵ Dock förutsätter den här studien att det i strid med Foucaults monologism att flera diskurser existerar parallellt i kampen om att få definiera sanningen.⁵⁶ Genom den sociohistoriska analysen kunde texten sättas i ett större socialt och historiskt sammanhang. Här gjordes en ansats att identifierades det/de större teoretiska fält som texterna figurerar i.⁵⁷ Denna analys gav möjligheten att sätta texterna i större perspektiv och sammanhang som postmodernitet och genus.

6. Material

Det empiriska materialet utgörs av sammanlagt 60 recensioner, veckovis publicerade i *Sydsvenskan*, signerade Bong. 20 recensioner från varje nedslagsår 1995, 2005 och 2015 valdes slumpmässigt ut. Nedslagsåren valdes utifrån att 1995 var året Malmös största tidning, *Sydsvenskan*, positionerade sig på mat- och restaurangfältet genom Bong och 2015 valde

⁴⁸ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 48f.

⁴⁹ Ibid. 192.

⁵⁰ Ibid. 49.

⁵¹ Ibid. 66.

⁵² Ibid. 64.

⁵³ Ibid. 49.

⁵⁴ Ibid. 113.

⁵⁵ Ibid. 111

⁵⁶ Ibid. 113.

⁵⁷ Ibid. 151f.

världens mest prestigefyllda restaurangrecensent, Michelinguiden att inkludera Malmö i sin publikation. Mitt där emellan låg 2005 som en kontrollpunkt. Recensionerna från 1995 har avfotograferats från mikrofilm tillgänglig på Universitetsbiblioteket i Lund. Dessa fotografier har sedan transkriberats med hjälp av ordbehandlingsmjukvara för att möjliggöra effektivare sökningar, i texterna, med hjälp av digitala verktyg. Texterna från 2005 respektive 2015 hämtades från databasen Retriever research, då detta digitala format inte representerade ursprungsartikelns kompletta visuella uttryck gjordes bedömningen att endast brödtexter och inte faktarutor, grafik eller bilder skulle ingå i studien. Alla recensioner från respektive år genomlästes och baserat på detta gjordes bedömningen att ett slumpmässigt urval skulle ge tillfredställande validitet utifrån studiens frågeställning. Recensionerna printades var och en på ett A4-papper och delades upp i tre högar utifrån publiceringsåren 1995, 2005 och 2015. Selektionen skedde genom att varje enskild hög släpptes i tur och ordning på golvet, varefter 20 slumpmässiga recensioner för närläsning plockades ur respektive hög.

7. Analys

7.1 1995

7.1.1 Förväntningarnas pris

Varje krog signalerar på många sätt vad gästerna har att förvänta sig av den. En av de betydelsefullaste signalerna är förstås prisnivån.⁵⁸

Så skriver Bong i en av sina allra tidigaste recensioner, i det här fallet av Petri Pumpa i Lund. Denna recension är intressant ur många aspekter. För det första är det en rejäl sågning av en restaurang som vid tiden ansågs ha hög status och vara betydelsefull när det handlade om mat, service och miljö. Det Bong gör i denna, sin blott tredje krogrecension, är att gå till attack mot Petri Pumpas ställning på restaurangfältet. Det Bong är kritisk mot är inte att maten, servicen eller miljön är dålig, utan att maten inte är tillräckligt god i relation till priset. Genom att kritiken inte främst handlar om miljö, mat eller service sätter inte Bong hela sitt symboliska kapital, och därmed sin trovärdighet på spel. Bong skapar här en bild av Petri Pumpa som en restaurang som placerat sig själv på en allt för hög piedestal, och väljer att välta den för att stärka sin egen auktoritet. Recensionen misskänner det symboliska kapital som Petri Pumpa enligt Bong tillskrivits av andra icke nämnda agenter inom fältet. Genom det sätt som denna recension ropar att kejsaren är naken etableras ett centralt bedömningskriterium för Bongs

⁵⁸ Bong, "Inte värt pengarna", *Sydsvenskan* 1995-03-03

fortsatta recensioner för nedslagen i åren 1995 och 2005. Förväntningarna som en restaurang kommunicerar innan maten landar på tallriken måste svara till det vad notan landar på. Genom att ge omdömen som dyrt eller prisvärt i sina recensioner är Bong därmed med och skapar en bild av samhällsnormen för vad en lunch eller en middag på restaurang ska få kosta, explicit uttryckt på följande vis:

Förväntningarna som skapas av de ytterst tjänstvilliga servitriserna och de exklusivt sammansatta rätterna, infrias inte av det som kommer på tallriken.⁵⁹

I recensionerna från 1995 är maten av underordnad betydelse, den är aldrig godare än hur rimligt Bong anser att priset är, det vill säga korrelationen mellan graden av uppfylld förväntan i förhållande till notans slutsumma. Maten, under premissen att den ses som ett konstverk, blir då enligt Bourdieu både berättigat och inte berättigat sitt höga pris. Vad som är ett rimligt pris, marknadsvärdet, för maten är en sanning som genererats av agenterna på mat- och restaurangfältet. Detta sker genom en social alkemi där maten konsekurerats och värdet därmed frikopplats från produktionskostnaden.⁶⁰ När Bong positionerar sig på fältet som en auktoritet utnämnd av *Sydsvenskan*, spelar denne sin publik både sina läsare i Lund och Malmö i händerna, genom att spela på myten om rivaliteten mellan den borgerliga universitetsstaden Lund och arbetarstaden Malmö.⁶¹ Jag vill hävda att de som identifierar sig som arbetarklass får bilden, att i Lund är det uppblåst och dyrt men innehållslöst, bekräftad. För den borgerliga klassen bekräftas att arbetarklassen inte förstår sig på den intellektuella världens värden.

7.1.2 Gästen har alltid rätt

Det finns ett anslag och tilltal i Bongs texter som närmast kan liknas med myten om att *kunden alltid har rätt*. En myt som bygger på att den som säljer en vara alltid befinner sig i underläge till köparen. Transaktionen mellan restaurangen och den ätande gästen är därmed förutbestämd att präglas av en skev maktbalans där tolkningsföreträde alltid tillfaller gästen. Exempel på upplevda brister som gästen kan utsättas för är till största del uppkomna av att

⁵⁹ Bong, ”Svårt att lyfta på hatten för Hipp”, *Sydsvenskan* 1995-02-17

⁶⁰ Pierre Bourdieu, ”Produktionen av tro” i *Kultursociologiska texter* red. Broady, Donald & Palme, Mikael. Stockholm: Salamander 1986, 159f.

⁶¹ Möllerström. *Malmös omvandling från arbetarstad till kunskapsstad, En diskursanalytisk studie av Malmös förnyelse*, 17.

restaurangen inte lever upp till uppbyggda förväntningar. Omvänt är även det som upplevs som positivt oftast relaterat till att det överträffar förväntningarna, som när Bong äter middag på *Brogatan*:

Priserna är så pass i underkant på mycket av utbudet att man som gäst sitter och skäms en smula.⁶²

Men att som restaurang leva upp till de förväntningar man kommunicerar till sina gäster kan genom Bongs texter ibland upplevas som omöjlig. Att som gäst bli allt för bortskämd kan i slutändan vändas till något negativt. Som i recensionen av en lunch på Skånska Bosse:

Buffén skulle vara ytterst prisvärd även om den kostade några tiotus till. Det enda som fattas och då får man tänka efter – är någon liten kaka till kaffet. Det väntar man sig efter all överdådighet.⁶³

När recensenten efter besöket är så nöjd att denne villigt, inte bara erkänner, utan påpekar att måltiden var värd mer pengar än den kostade påpekas det negativa i att det inte ingick en kaka till kaffet. Detta kan tolkas som det att maktförhållandet är obalanserat. Recensenten och därmed den presumtiva gästens position utgår alltid från att inget är perfekt, att det alltid finns något att klaga på. För att knyta an till begreppet skam, en känsla som drabbade recensenten när denne upplevde att Brogatan tog för lite betalt för sin mat, så är det en upplevelse som är viktig för att sublimeras känslan av ekonomisk frustration vid restaurangbesöket. Skammen projiceras gärna direkt på servicepersonalen, den del av restaurangen som har direktkontakt med gästen, inte mot de ägare eller chefer som ansvarar för driften av restaurangen. I exemplet nedan projiceras skam på servitören på Petri Pumpa:

Märkligt nog är han försvunnen när vi väl fått in notan och vill betala. Kanske är det samvetet som håller honom borta; notan landar på 1 456 kronor för två personer.⁶⁴

Denna myt om att personal inom serviceyrken alltid befinner sig i underläge till gäst eller kund reproducerar och befäster ett traditionellt system för hur läsaren som presumtiv gäst ska positionera sig i det sociala rummet som är restaurangen. Myten skapar det binära

⁶² Bong, "Prisvärt och konstlat", *Sydsvenskan* 1995-04-14

⁶³ Bong, "Bosses lunch kan lätt bli en vana", *Sydsvenskan* 1995-05-19

⁶⁴ Bong, "Inte värt pengarna", *Sydsvenskan* 1995-03-03

motsatsparet personal/gäst, och när myten säger att gästen alltid har rätt måste personalen alltid ha fel.⁶⁵ En ideologi som utmynnar i att den som har råd att gå på restaurang alltid har mer makt över de som är i beroendeställning till pengarna det vill säga personalen. Pengar är makt och med lite pengar kan vem som helst oberoende av klass utöva makt på servicepersonal genom att gå på restaurang.

7.1.3 Klassiskt franskt till middag

Recensionerna är uppdelade i middagar och luncher. När det handlar om de positiva recensioner som behandlar middagar är det klassiska premiumråvaror som står ut på menyerna. Råvaror som hälleflundrafilé, gödtuppsbröst och vildand är i sig så symbolladdade att dess konnotationer som exklusiva lyxprodukter är nog, någon beskrivning av hur de är tillagade finns inte. Bong lämnar här läsaren ensam, att utifrån sitt eget kulturella kapital förstå hur hälleflundrafilé tillagas. Tillagningsmetoden har utlämnats för att den inte gör rätten intressant, det är råvaran i sig som är intressant, och den kan enligt Bong tillagas på ett korrekt eller felaktigt vis. Genomgående i det empiriska materialet från 1995 så bedöms råvaror utifrån huruvida de är korrekt tillagade och att ingen har krånglat till det genom att avvika från traditionella tillagningssätt och sätt att krydda maten. Ord som används för att beskriva något som positivt är ”okonstlat” eller ”behärskat”. Följande citat från recensionen av restaurangen BoA är ett tydligt exempel:

Musselsmaken framträder tydligt och köket har hållit sig ifrån någon ansträngd kryddning.⁶⁶

Bong positionerar sig som förespråkare för det traditionella franska kökets tekniker och smaker. Detta visar att för restaurangfältet finns det en härskande franskpräglad tradition som ohotat slår ner oorganiserade uppror av vad som beskrivs som krånglande och onödigt kryddande rebeller, som genom sporadiska illdåd har minerat restaurangvärlden. Bong fungerar som en minröjare som guidar läsarna till de restauranger som håller sig till den gamla skolan, och därmed gör rätt. Bong hindrar läsarna från att gå på minorerna som är de restauranger som verkar utanför normen och traditionens låda. När något normbrytande och oväntat dock verkar falla Bong på läppen, är det beskrivet med en närmast nedlåtande ton, en slumpartad anomali som i alla fall inte förstörde en imponerande och dyr rätt:

⁶⁵ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 76.

⁶⁶ Bong, ”Alldeles förträffligt”, *Sydsvenskan* 1995-05-26

Karamellskyn är en djärv lustighet som inte på minsta sätt tar ner upplevelsen av fisken.⁶⁷

En parallell i analysen är att jämföra den ”fina” maten med *haut couture*, ett kulturellt uttryck som inte tillhör vardagen och är reserverat för en borgerlig klass:

Haute couture förser den dominerande klassen med de symboliska märken för ”klass” vilka, som man säger, är ”på sin plats” vid alla exklusiva ceremonier inom den kult som borgarklassen – via celebreringen av sin egen distinktion – ägnar sig själv åt.⁶⁸

Översatt till mat har den fina maten genom historien existerat i ett relativt ostört fält då det ekonomiska övertaget för det dominerande fältet gjort alla konkurrerande fält verkningslösa. Sociohistoriskt kan den franska influensens dominans härledas till portalfiguren Auguste Escoffier som präglat synen på matlagning som konst parallellt (i tid) med industrialiseringen av västvärlden, genom ett betydelsefullt kokboks författarskap.⁶⁹ Att den klassiska franska maten fortfarande är *haute cuisine* 1995, bekräftar en rådande maktstruktur där samhället indelas i en arbetarklass och en borgerlighet, båda rotade i industrialiseringen.

7.1.4 Att slippa obehag är gott nog för en arbetare

I de recensioner som avhandlar lunchbesök dominerar den svenska husmanskosten. Även om uppstickare som amerikanska hamburgare och pizzor finns representerade så bedöms de utifrån ett av Bong förväntat format för hur lunchen ska serveras. Bong ger genomgående uttryck för att i priset för en bra lunch ska exempelvis kaffe och måltidsdryck ingå, måltidsdryck som genomgående definieras som lättöl. Lunchens slutliga omdöme är genomgående relaterat till priset. Den enda recensionen i urvalet som av Bong tilldelades högsta betyg, 3 stjärnor, var ett lunchbesök på restaurangen Interpool, där det sammanfattande omdömet om maten var att ”inte en enda bit är trist eller bränd”.⁷⁰ Att Bongs förväntningar på maten var så låga att när den serverades utan att vara bränd var nog för att dela ut högsta betyg är en faktor som berättar att kraven på maten som restauranger serverar till lunch 1995 är väldigt lågt ställda i förhållande till middagar. Följande fyra exempel stödjer denna tes:

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Bourdieu, ”Modeskaparen och hans märke”, 131f.

⁶⁹ Amy B. Trubek. *Haute Cuisine how the French invented the culinary profession*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2000, 49.

⁷⁰ Bong, ”Alldeles utmärkt”, *Sydsvenskan* 1995-11-24

Man äter sig mätt utan minsta obehag.⁷¹

Det går i alla fall ner utan obehag.⁷²

Ingenting som överväldigar, förvisso, men en lättuggad portion.⁷³

Man tuggar i sig anrättningen utan minsta plåga, och känner sig därefter ganska belåten.⁷⁴

Lunchen som måltid gestaltas med en låg status i jämförelse med middagen. På middagen ska gästen ställa krav på att maten är vällagad och smaka gott. Lunchen är ett problem som på smidigast och med minsta obehag ska lösas:

Pizza Hut serverar en kvick enkel och generös lösning för lunchen, men den är inte heller särskilt minnesvärd.⁷⁵

På det sätt som lunchen gestaltas, som något lättuggat och billigt där dryck gärna ingår, ger uttryck för att lunchen är en måltid som med största möjliga smidighet ska avhandlas. Bong kommenterar i vissa recensioner att det finns färdiga menypaket, affärluncher. När dessa affärluncher nämns bildar de ett tecken för att en annan grupp människor än Bong och läsarna tar plats i restaurangens sociala rum.

Det är tveksamt om restaurangen ens själv tar sin affärlunch på allvar.⁷⁶

Citatet ovan kan utläsas som att Bong först varnar för att i det sociala rummet som är *Skånska Bosse* finns en kod som välkomnar en social grupp som har tid och råd att äta en hel meny på lunchen, men läsaren lugnas i samma mening, ingen ur en högre social klass syns till. ”Vi och dem”-situationen som skapas positionerar *Bong* och *läsaren* i en klass som lever efter traditionella arbetarvärderingar, där affärsmänniskor som inte behöver ha bråttom tillbaka på arbetsplatsen, har ett sätt att äta lunch som skiljer sig från arbetarklassen. Kommentaren kan ses som en distinktion en lägre stående klass gör när den positionerar sig mot en praktik från en högre stående klass. En praktik där distansen till nödvändigheten och den ”folkliga” smaken av den lägre stående klassen kan tolkas som pretentiös.⁷⁷ Arbetarklassvärderingarna

⁷¹ Bong, ”Personalen är bäst”, *Sydsvenskan* 1995-05-05

⁷² Bong, ”Mycket mat för pengarna”, *Sydsvenskan* 1995-06-30

⁷³ Bong, ”Mätt utan ånger i trivsamt vrå”, *Sydsvenskan* 1995-07-21

⁷⁴ Bong, ”Inte plågsamt alls”, *Sydsvenskan* 1995-06-02

⁷⁵ Bong, ”Inte minnesvärt”, *Sydsvenskan* 1995-04-21

⁷⁶ Bong, ”Bosses lunch kan lätt bli en vana”, *Sydsvenskan* 1995-05-19

⁷⁷ Bourdieu, ”Distinktionen en social kritik av omdömet”, 303.

bär dessutom på en distinktion mellan manligt och kvinnligt, där det är den manliga kroppen anses behöva bränsle till fysiskt arbete jämfört med en föreställning om kvinnors mindre och mer sofistikerade aptit.⁷⁸ Recensionen kan därmed utläsas som kodad av och för en man.⁷⁹ I sin sociohistoriska kontext är 1995 året innan internetabonnemanget blev årets julklapp i Sverige. Det globaliserade informationssamhället är ännu inte uppkopplat därför domineras texten av industristadens klasshabitus och dispositioner.⁸⁰

7.1.5 Autenticitet eller stereotyp rasism

I Bongs recensioner från 1995 målas en bild av restaurangvärlden som primärt kretsar kring maträtter och tekniker hämtade från det klassiskt franska köket eller sprungna ur den svenska husmanskosten. Det finns ett fåtal undantag, restauranger vars hela koncept representerar amerikanskt, japanskt och thailändskt kök. Men även hos de utomeuropeiskt nischade restaurangerna skiner det fransk/svenska igenom. Detta märks inte minst när Bong recenserar Restaurang Thai, där restaurangens legitimitet direkt ifrågasätts.

Den tillmötesgående kyparen är helsvensk, en anomali som återigen gör det thailändska nästan transparent.⁸¹

Att Bong identifierar kyparen som etniskt svensk gör att hela restaurangens förtroende ifrågasätts. Bong uttrycker en tveksamhet till att satsa sin auktoritets kredit på att här serveras mat av tillräcklig nivå av autenticitet. Här ger Bong uttryck för att det thailändska kökets symboliska legitimitetskapital endast kan förmedlas genom att en specifik etnisk grupp tar upp beställningarna och serverar maten, endast då är maten ontologiskt thailändsk.⁸² Bong påpekar även att det på dessertmenyn finns ”märkligt nog på denna restaurang friterad camembert”.⁸³ Då Thailand aldrig varit en europeisk koloni kan denna lilla ostbit inte ses som ett kolonialt arv, utan som ett tecken på hur pass dominerande det franska köket faktiskt är under 1995. En alternativ, och troligare, tolkning kan vara att Bongs påpekande av det avvikande, i att kyparen är helsvensk, är ett exempel på en stereotyp om att asiatiska restauranger ska vara bemannade av asiater. En stereotyp som visar på en ideologisk rasism

⁷⁸ Ulver. "Encouraged Intrusion and the Entering of a Subordinate Consumption Field", 416.

⁷⁹ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 69f.

⁸⁰ Ibid. 182.

⁸¹ Bong, "Behärskning ger kvalitet", *Sydsvenskan* 1995-03-24

⁸² Bourdieu, "Modeskaparen och hans märke", 129ff.

⁸³ Bong, "Behärskning ger kvalitet", *Sydsvenskan* 1995-03-24

som i sin sociohistoriska kontext var så pass odramatisk att den vid publiceringstillfället kunde passera utan att väcka publikens opinion.⁸⁴ Vid krav på autenticitet eller äkthet finns en risk för att den förutfattade bilden av just detta bottnar i rasistiska stereotyper inte minst på det globaliserade restaurangfältet som vid tiden är framväxande i Sverige.

7.2 2005

7.2.1 Arbetarklassnostalgi och den kulturella klassen

År 2005 visar det empiriska urvalet på ett förändrat Malmö i jämförelse med 1995. Recensionen av Bodoni präglas tydligt av berättelsen om att restaurangen en gång ”var lunchrestaurang för den saligen insomnade tidningen *Arbetet*”.⁸⁵ Miljön och maten, husmanskosten, beskrivs som slitna artefakter från en svunnen tid. Husmanskosten är ett ”närmast lekfullt återseende”, den är något ”gammalt hederligt” man kan längta efter.⁸⁶ Vurmandet för husmanskosten har år 2005 mer eller mindre försvunnit. Det mesta av denna text är något jag väljer att kalla menyrabbling. Det är uppräknings av menyens innehåll och vad de olika rätterna kostar. Det är fler rätter än vad Bong ger sig i kast med att prova i recensionen och om det inte tolkas som journalistisk teckenutfyllnad så kan det tolkas som ett uttryck för den konsumentupplysande delen som utgör och definierar recensionen som genre. När Bong äter lunch på Bodoni kostar lunchen 55 kronor och serveras ur kantiner. Beskrivningen av den sinnliga så väl som andliga upplevelsen uttrycks frugalt och utan omskrivningar:

Potatisbullarna är riktigt trevliga, med precis rätt grad av frasighet, fast de fått vänta i kanten.⁸⁷

När tillbehören beskrivs görs inget omak att uppehålla sig kring smakupplevelsen:

Vi tycker att lingonsylten därtill hellre hade fått vara rårörda lingon. Ändå är den som sylt betraktat ganska munter, med en större dos lingon än somliga andra budgetvarianter.⁸⁸

⁸⁴ Lindgren, *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 128f.

⁸⁵ Bong, ”En slapp husman”, *Sydsvenskan* 2005-12-16

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Ibid.

Här förutsätter Bong att alla vet hur en lingonsylt av budgetvariant upplevs, men för att inte alienera läsare som uppskattar sådan, beskrivs den som ett bra exempel på just budgetsylt. Men Bong berättar att idealet för en restaurang är att råöra sina egna lingon, det vill säga laga maten från grunden och inte köpa in halv- och helfabrikat. Hör görs en distinktion mellan olika typer av lingonsylt, där Bong representerar ett rådande ideal om att mat helst ska lagas från grunden. Men för att undvika att skylta med ett klassförakt för sina läsare måste budgetsylten beskrivas under förmildrande omständigheter. Husmanskosten är under detta år i underläge i statuskampen mellan olika typer av mat på mat- och restaurangfältet. Bong tar den genast och oprovocerat i försvar genom att skriva ut att husmanskostens maträtter kan vara ”nog så delikata som kontinentala gourmetmenyer”, där den kontinentala gourmetmenyn samtidigt skrivs upp som det mest efteraktade matidealet.⁸⁹ Men läsarens känsla av nostalgi utlöses av symboler som husmanskost, kantiner och tidningen Arbetet. Läsaren, Malmöbons, referensramar kodar av nostalgien som stärker Malmöns identitet som gammal arbetarstad genom att spela på myten om arbetaren som behöver rejäl mat för att orka med det tunga arbetet.⁹⁰ Recensionen av Bodoni resulterar i betyget 2 av 5 postryttare, men av förmedlingen av upplevelsen att döma, är det ett högt betyg som ges av rent nostalgiska skäl. Tillsammans med recensionen av Bodoni bildas här ett motsatspar med recensionen av restaurangen Smak, en restaurang belägen i Malmö konsthall. Redan recensionens rubrik, ”Smakfull matkonst”, bildar ett tydligt tecken på att det som skrivs under den här rubriken är eftersträvänsvärt enligt rådande samhällsnormer. Bong vill själv friskriva sig från att tycka att den lite stela miljön på Smak är önskvärd genom att skriva ut det såhär:

Så vill nog den tongivande delen av gästerna ha det, för här häckar många som betraktar sig som kulturbärare.⁹¹

Men genom att göra just detta produceras även en önskvärdhet om att kunna identifiera, kritisera och distansera sig mot ett nytt kulturellt och intellektuellt fält som växer sig starkare. Tydligare utskrivet så vet Bong och läsaren bättre än att köpa myten om det konstnärligt, avskalade. Myten som förmedlas är den om den stela kulturpersonen som ser konst i minimalism och obegripligheter som gemene man inte kan se.⁹² Genom att sedan ganska omgående göra en liknelse med Svenska Akademiens motto *snille och smak* så tillskrivs Smak

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 20.

⁹¹ Bong, ”Smakfull matkonst”, *Sydsvenskan* 2005-01-28

⁹² Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 76f.

ytterligare finkulturella konnotationer om att här är en bra restaurang för den som kan läsa av det finkulturella fältets tecken. Det är åå restaurang Smak är det finkulturellt intellektuella fältet som dominerar, den som har tillskansat sig rätt kulturella kapital eller är född in i rätt habitus kan därmed tillgodogöra sig och uppskatta koderna i miljön.⁹³ Som kontrast till det sparsmakade stycket om Bodonis potatisbullar kan följande läsas om när Bong smakar av maten på Smak. Här blir språket mer broderat och svulstigt.

Högreven som tronar på tallriken är stolt och rejäl, av skön kvalitet, hur saftig och mör som helst, utan att för den skull sakna en fasthet värdig att sätta tänderna i.⁹⁴

För att förstärka bilden följer även beskrivningen av tillbehöret, nämligen, sviskon:

Sviskonen med sin fruktiga sötma och sofistikerade smak, fungerar med självklarhet till köttet och dess relativa kärvhet.⁹⁵

Smak tilldelades 4 av 5 postryttare i betyg. Recensionen är inte enbart en konsumentupplysning, så länge restaurangen representerar de myter som för tillfället samspelar med de rådande kulturella strömningarna. När en restaurang så att säga ligger rätt i tiden så får den en mer poetisk och målande recension där maten beskrivs såväl sinnligt som andligt. Men ju mer fel en restaurang hamnar utifrån rådande normer och ideal, ju mer blir texten en torr konsumentupplysning, ett rabblande av menyer och priser. Den ”rätta” maten får ta plats och blir tolkad och analyserad, den upphöjs som estetiskt värdefull, distanserad från nödvändigheten.⁹⁶ Den mat som på detta sätt estetiseras fylls med en kulturell laddning som genom att individer med motsvarande ”rätta” habitus kan öka sitt kulturella kapital genom att konsumera denna estetiserade produkt som är restaurangen.⁹⁷ År 2005 har en grupp med ett högre kulturellt kapital, konstnärer och intellektuella, på allvar börjat konkurrera med arbetarklassens ideal som dominerande inom mat- och restaurangfältet.

7.2.2 Nedskruvade förväntningar

En tydlig skillnad mot nedslaget 1995 är att förväntningarna har skruvats ner och är inte

⁹³ Broady. ”Kulturens fält. Om Pierre Bourdieus sociologi”, 3.

⁹⁴ Bong, ”Smakfull matkonst”, *Sydsvenskan* 2005-01-28

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 156.

⁹⁷ Bourdieu. ”Distinktionen en social kritik av omdömet”, 241.

längre en lika central del av recensionen. I 1995 års sågning av Petri Pumpa är dess usla betyg helt beroende av ett glapp i relationen mellan matens nivå och dess prisnivå. I urvalet för nedslaget 2005 är den centrala sågningen av *Nya Tröls* helt frikopplad från premissen förväntningar. Även om priserna nämns efter varje uppräknad rätt så är de i kontrast till 1995 oftast okommenterade. Priserna står med som en konsumentupplysning där läsaren själv får avgöra om priset är rimligt, dyrt eller billigt.

Roligare har man haft det. Walewska på Tröls vis för 129 innehåller varken sjötunga eller hummergarnityr.⁹⁸

När *Nya Tröls* ges ett dåligt betyg är det på grund av att själva maten är dålig oavhängigt av prissättningen. Beskrivningarna av maten blir mer detaljrika även när det är negativt.

Kycklingfilé på spett med lime och vitlöksdipp för 59 ska enligt menyserveraren ljummen men visar sig vara knappt detta på ytan och olustigt kall inuti. De oljiga kycklingbitarna är direkt oaptitliga i detta skick, de skulle sannerligen behöva en stund till på spisen. Vitlöksdippen är inte ett dugg kul heller, den smakar pulver.⁹⁹

1995 bedömdes prisvärdheten av Bong, det vill säga relationen mellan förväntningarna som kommunicerats till Bong och priset på maten. Detta genererade en serie av recensioner präglade av hög nivå journalistisk upplysning på bekostnad av estetisk elitism.¹⁰⁰ 2005 är produkten, maten, om inte starkare så mer jämbördig i kampen mot det ekonomiska fältet. Förväntningarna syns inte lika frekvent i recensionerna, det som kommer in på tallrikarna recenseras inte längre utifrån vad det kostar utan efter hur det smakar. Språket är fortfarande präglat av en ton av journalistisk konsumentupplysning, med undantag av när något upplevs som riktigt bra, då ett rikare mer metaforfyllt språk används.

7.2.3 Sushi och espresso

Mycket är sig likt mellan 1995 och 2005 års recensioner, men vissa detaljer avslöjar att något har börjat förändras, att matens och upplevelsens fält på allvar börjat konkurrera med det eko-

⁹⁸ Bong, "Mål till matchen", *Sydsvenskan* 2005-03-04

⁹⁹ Ibid.

¹⁰⁰ Widestedt. *Ett tongivande förnuft, Musikkritik i dagspress under två sekler*, 93.

nomiska. I det empiriska urvalet från 1995 fanns endast en sushirestaurang och den kategoriserades som ”trendriktig” och ”innekrog” där den japanska atmosfären beskrevs som svag.¹⁰¹ I urvalet från 2005 är hela tre olika sushirestauranger med i urvalet. Sushirestaurangernas frekvens i utbudet verkar ha ökat men även dess grad av integration. Sushirestaurangerna står inte ut som avvikande, kulturella skillnader mot fransk/svensk norm. Exempelvis kommenteras inte personalens etnicitet på samma sätt som efter besöket på restaurang Thai 1995. Sushin framstår nu så normaliserad att det inte finns några implicit rasistiska krav på att den ska ha genomgått en konsekurationsprocess för att uppfattas som autentisk. Sushins effekt på restaurangfältet är intressant eftersom den för med sig en helt annorlunda mattradition än det tidigare härskande franska köket, en mattradition med andra regler, konventioner och ceremonier. Denna nya japanska matkultur med alla sina attribut etablerar sig på lunchrestaurangfältet och öppnar därmed för en bredare folkligare publik att positionera sig på detta nya fält. Sushin som fenomen har blivit en produkt som en lägre stående klass genom sitt klasshabitus skapat en smak för, möjligt vis genom att produktens rimliga pris gjort det ekonomisk möjlighet att lära sig gilla smaken. Praktiken att äta sushi har mellan åren 1995 till 2005 tappat så mycket av sin identitetsmarkör att recensenten måste visa läsaren en ny distinktion som tecken på besittandet av önskvärd klasshabitus och kulturellt kapital, som en del i funktionen att massmediers texter förmedlar dolda ideologiska budskap som bidrar till att förstärka dominerande maktpositioner (ideologier).¹⁰² Det är espresso har dykt upp i Bongs texter år 2005:

Det som imponerar mest på oss är ändå sushibarens espresso, med rik arom och fin crema. Blott 15 för en enkel — så om inte annat är den värd ett besök.¹⁰³

Kaffe på maten ter sig hos Bong som en självklarhet, 1995 benämns det förutom två gånger just som kaffe (De andra två gångerna är det som *café au lait* och espresso). 2005 dricker Bong espresso och är mycket noga med att berätta vad den kostar. Den lilla kommentaren om restaurangens förmåga eller oförmåga att servera kaffet enligt italiensk modell, är ett sätt att introducera och standardisera denna nya kaffekultur som något nytt att som läsare och presumtiv gäst positionera sig utifrån. Den kan läsas som ett sätt att från Bongs sida visa på restaurangens förmåga att hålla sig à jour med rådande trender. Om en bra kopp espresso kan levereras så är det en restaurang som tillhandahåller en konsumtionsvara som symboliserar en

¹⁰¹ Bong, ”Njutbar lunch på innekrog”, *Sydsvenskan* 1995-07-28

¹⁰² Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 156.

¹⁰³ Bong, ”Gå direkt på kaffet”, *Sydsvenskan* 2005-10-21

önskvärd social status. Bong lär därmed läsaren att espression är en smak och praktik som är något som bör konsumeras för att bygga en önskvärd identitet.¹⁰⁴

7.2.4 Bong som social kompass

De flesta är myndiga herrar i mörka kostymer.¹⁰⁵

Bong har 2005 börjat reflektera över andra människor i det offentliga rummet och hjälper läsaren att identifiera sig med rätt restaurang. 1995 reflekterade Bong i princip aldrig över medgäster eller vem som skulle kunna tänkas besöka restaurangen. Recensionerna från 1995 är till största delen fria från sociala interaktioner, så när på korta kommentar om servicens effektivitet. Men tio år senare reser Bong vid ett flertal gånger blicken från tallriken och delar med sig av vilka individer som rör sig i det sociala rummet, eller vilka som skulle kunna tänkas göra det. Det kan exempelvis låta såhär:

Pratglada gäster med ung ton och kulturknuttestil.¹⁰⁶

Många som betraktar sig som kulturbärare.¹⁰⁷

(...) framför allt en ganska ung publik med stort matintresse.¹⁰⁸

En bred blandning av åldrar utan någon särskild slagsida.¹⁰⁹

På samma sätt kan Bong se ett socialt värde i restauranger som inte serverar särskilt bra mat:

Vi är ändå säkra på att många kan ha en riktigt festlig stund på Nya Tröls, om rätt match spelas på tv-apparaterna och ölen flyter på ur kranarna.¹¹⁰

Nej, här ska man nog nöja sig med en kall öl och titta på folklivet.¹¹¹

Genom att knyta konsumtionsvaran (restaurangbesöket) till en identifierbar social position eller identitet kan Bong genom sina recessioner vägleda läsaren till det sociala rummet den bäst kan identifiera sig med. Läsaren kodar av praktiker i texten och när denne kan identifiera

¹⁰⁴ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 164.

¹⁰⁵ Bong, "Grandios överdåd", *Sydsvenskan* 2005-03-11

¹⁰⁶ Bong, "Möllan står stilla", *Sydsvenskan* 2005-01-07

¹⁰⁷ Bong, "Smakfull matkonst", *Sydsvenskan* 2005-01-28

¹⁰⁸ Bong, "Tapas på topp", *Sydsvenskan* 2005-04-08

¹⁰⁹ Bong, "Sill och ricotta", *Sydsvenskan* 2005-04-15

¹¹⁰ Bong, "Mål till matchen", *Sydsvenskan* 2005-03-04

¹¹¹ Bong, "Ingen tröst hos Harry", *Sydsvenskan* 2005-08-12

dessa som en del av sitt eget habitus praktiker följer även viljan till konsumtion av den kultur och de produkter det sociala rum som är restaurangen är har att erbjuda¹¹²

7.3 2015

7.3.1 Klassiker och nedklassat

Möjligen att tiden har hunnit ikapp restaurangen en smula. De rätter, ingredienser och kombinationer som i början kändes så innovativa, överraskande och gränsöverskridande, är idag inte längre speciellt cutting edge.¹¹³

Restaurang Smak som 2005 hyllades för sin nya stil och sätt att producera kokkonst får av Bong fortfarande beröm för sin mat, men det är tydligt att det är en brist i att inte längre vara ledande i utvecklingen. Bourdieu skriver att det kulturella produktionsfältet, som vi då får räkna in restauranger i, alltid ger det ”unga” ett övertag mot det ”gamla”:

Att intellektuella och konstnärer alltid tenderar att inordna sig på ungdomens sida med klädesattribut och hela sin kroppsliga hexis.¹¹⁴

Bong beskriver dock att besökarna fortfarande är ”medlemmar ur kultureliten som sitter i matsalen och känner sig kontinentala med vin i lunchglaset?”¹¹⁵ Bong avkodar här övriga gästers kroppsliga hexis, det vill säga det kulturella kapital som fysiskt uppenbarar och manifesterar deras habitus så tydligt att Bong subjektivt identifierar dem som en klass av intellektuella.¹¹⁶ Bong positionerar sig själv som en högre auktoritet på mat- och restaurangfältet än den intellektuella klassen som i recensionen från 2005, beskrevs som drivande i fältets utveckling. Att restaurangen fortfarande är populär för de intellektuella förklaras av att Smaks symboliska kapital inom sitt kulturella fält har förändrats, i och med att epoken som Smak var en del av nu är historisk, så har restaurangen fått status som en klassiker.¹¹⁷

¹¹² Bourdieu. “Distinktionen en social kritik av omdömet”, 241.

¹¹³ Bong, ”Tiden har hunnit ikapp men Smak håller nivån”, *Sydsvenskan* 2015-01-30

¹¹⁴ Bourdieu. “Produktionen av tro”, 224.

¹¹⁵ Bong, ”Tiden har hunnit ikapp men Smak håller nivån”, *Sydsvenskan* 2015-01-30

¹¹⁶ Broady. “Kulturens fält. Om Pierre Bourdieus sociologi”, 5.

¹¹⁷ Bourdieu, “Produktionen av tro”, 225.

”Det måste vara intressantare än så här att gå ut och äta”, så avslutas recensionen av Kulturkrogen i Lund.¹¹⁸ När Bong beskriver den ”slätstrukna” menyn dras det paralleller till skånska värdshus på 1990-talet. Menyn, som är fransk i grunden var som bekant dominerande på mat- och restaurangfältet 1995, genererar nu följande omdöme från Bong:

Kulturkrogen har heller inga ambitioner att vara modern eller ens samtida.¹¹⁹

Det signifikanta här är brytningen med det franska köket som nu förpassats till historien inte som något klassiskt men som något nedklassat.¹²⁰ Tankeväckande är även att ett kriterium för hur pass intressant ett restaurangbesök är nu har materialiserat sig.

7.3.2 Människan blir restaurangen

Strax före pausen — det är lite som en teaterföreställning — kommer Daniel Berlin in i matsalen med sin numera klassiska bakade rotselleri.¹²¹

Något som är uppenbart annorlunda i jämförelse med 1995 och 2005 är hur personer, kändisar och lokala förmågor på fältet tar sig in i recensionerna, antingen att de fysiskt närvarar och är en del av restaurangbesöket eller att de nämns i berättelsen om restaurangen.

Det har gått bra för 2013 års båda Mästerkocksfinalister. Tvåan driver numera restaurang Bantorget 9 i Lund och nyligen öppnade vinnaren Jennie Walldén sin krog Namu på Lilla Torg i Malmö¹²²

Det är en ny generation, en blivande epok vars restauranger nu recenseras i Bong, tv-kändisar från matlagningsprogram blandas med etablerade internationella superstjärnor på fältet.

Nomas portalfigur René Redzepi meddelade nyligen att restaurangen om ett år ska flytta till en gammal industrilokal och styras ännu hårdare av säsongerna.¹²³

¹¹⁸ Bong, ”Prestigelöst och trevligt men maten är slätstrukna”, *Sydsvenskan* 2015-04-24

¹¹⁹ Ibid.

¹²⁰ Bourdieu. ”Produktionen av tro”, 225.

¹²¹ Bong, ”Välregisserat krogbesök av bästa Michelinklass”, *Sydsvenskan* 2015-05-15

¹²² Bong, ”Koreansk smaksättning ett välkommet tillskott”, *Sydsvenskan* 2015-11-27

¹²³ Bong, ”Så simpelt och komplext på en och samma gång *Sydsvenskan* 2015-11-13

Namnen René Redzepi och Marcus Samuelsson (vars namn dyker upp i flera recensioner), är så kommersialiserade att deras namn fungerar som tecken för starka varumärken, ibland starkare än restaurangens eget namn.¹²⁴ Stjärnor som René Redzepi och Marcus Samuelsson kan användas som ett tecken på den postmoderna tanken om upplösningen mellan tid och rum. Att René Redzepis restaurang Noma, i Danmark, flerfaldigt utsedd till världens bästa restaurang, vävs in i Bongs texter gör att det mentala avståndet mellan restaurangen och läsarna minskar, samtidigt som Nomas stora symboliska kapital höjer hela statusen på Bongs texter och i förlängningen hela regionens narrativ.¹²⁵

Marcus Samuelsson har dock ingenting med själva matlagningen här att göra, den är det istället kökschefen Frida Nilsson som ansvarar för, tillsammans med vad som verkar vara ett oändligt maskineri av kockar och servitörer.¹²⁶

På samma sätt krymper världen på ett förvirrande sätt när varumärket Marcus Samuelsson blir konsumtionsobjektet för inte mindre än två olika restauranger i Malmö år 2015, en tydlig figur som bekräftar den postmoderna tanken om *stil på bekostnad av substans*.¹²⁷ På ett lite annorlunda sätt används starka mediala varumärken som *Årets Kock*, *Kockarnas kamp* och *Dessertmästarna* för att skapa en form av hyperrealitet där verkligheten smälter samman med personligheter ur tv-produktioner.¹²⁸ Tv-produktioner som verkar inom matfältet har tagit en allt större plats i det offentliga rummet och distinktionen mellan verkligheten och matfältets mediebild försvagas.¹²⁹ Restaurangerna existerar inte längre som enskilda öar av specifika sociala rum. Restaurangerna är nu noder i en komplex populärkulturell medial väv, och Bong fungerar nu som en guide som hjälper läsaren att navigera i mediemättnaden genom att hålla koll på vilken person och vilket varumärke som hör hemma var:

Stället heter Lyran och ägs av kocken Jörgen Lloyd, tidigare kökschef på Mrs Brown under många år.¹³⁰

¹²⁴ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 165.

¹²⁵ Ibid. 170.

¹²⁶ Bong, "Kompetent men utan hjärta på malmhattan", *Sydsvenskan* 2015-08-21

¹²⁷ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 169.

¹²⁸ Ibid. 164.

¹²⁹ Ibid. 169

¹³⁰ Bong, "En skattkista av goda smakkombinationer", *Sydsvenskan* 2015-01-09

De matchande vinerna väljs av Erik Berne, som tidigare arbetade tillsammans med Saltimporten-kockarna på restaurang Trio.¹³¹

Två av de tre personerna bakom restaurangen är kockarna Peter J Skogström och Robert Bobbo Nilsson. De har båda vunnit matlagningstävlingen Årets Kock och nyss utsågs Skogström dessutom till vinnare i tv-programmet "Kockarnas kamp". En av medtävlarna var för övrigt Bobbo Nilsson och det är han som styr över den här lunchkrogen.¹³²

Alla dessa namn och beskrivningar av deras positioner på fältet kan ses som operationer för överföring av symboliskt kapital.¹³³ Från de internationella superstjärnorna till de lokala för­mågorna så är personen och dess namn den främsta bäraren av symboliskt kapital som de kan förflytta mellan olika restauranger. Bong är en agent på fältet som är med och investerar sym­boliskt kapital i dessa personer genom att ge individen uppmärksamhet i recensionen. För att en restaurang ska få en bra recension måste den vila på en person med starkt symboliskt kapi­tal, förutsatt att den inte redan har blivit upphöjd till klassiker. Genom att fältets agenter har investerat symboliskt kapital i en person kan denne uppnå statusen att skapa symboliskt mer­värde genom sin mat.¹³⁴ Även värt att notera här är dominansen av maskulint kodade namn som här förekommer i det empiriska materialet. När det feminint kodade namnet Frida Nils­son nämns är denne gestaltad som en ställföreträdare för Marcus Samuelsson, något som kan tolkas som ett upphöjt uppdrag men dock indikerar en hierarki byggd på att det feminina är underkastat det maskulina. Maten som fältet har traditionellt sett varit knuten till en feminin identitet och att män nu positioneras som mediala stjärnor på fältet visar på en förändring i fältet.¹³⁵ Jag ser det som att maskuliniteten som här representeras i texterna möjliggör för maskulina läsare att positionera sig på det traditionellt feminina fältet. Detta tyder dock inte på utjämning i social status mellan maskulint och feminint utan som att det maskulina fältet snarare invaderar och exploaterar det feminina matfältet.¹³⁶

¹³¹ Bong, "Traditionellt och propert i en klassisk lundamiljö", *Sydsvenskan* 2015-12-04

¹³² Bong, "Modern skolmat som skulle behöva mera sting", *Sydsvenskan* 2015-11-20

¹³³ Bourdieu, "Modeskaparen och hans märke", 118.

¹³⁴ Ibid. 129.

¹³⁵ Ulver. "Encouraged Intrusion and the Entering of a Subordinate Consumption Field", 415.

¹³⁶ Ibid. 415f.

8. Slutsats

Det vi kan läsa ut ur de tre nedslagsåren är att det kulturella fältet som innefattar restauranger och deras mat har genomgått stora förändringar. 1995 var fältet statiskt och dominerat av starka uppfattningar om hur restaurangbesöket skulle utspela sig, det var en tid då maktbalansen mellan gäst och personal var tydlig, ojämn och hegemoniskt självklar, en tid då maten lagades efter klassiskt franska recept. Där maten kunde smaka rätt eller fel och allt byggde på förväntningar. Restaurangbesöket var en teater med ett färdigt manus och om restaurangen följde manus så genererades en god recension. Den ekonomiska aspekten av ett restaurangbesök var utgångspunkten för all form av kritik. Maten var god i förhållande till vad gästen betalade för den. På *Petri Pumpa* var maten inte tillräckligt bra i förhållande till det höga priset och fick en överkryssad stjärna av tre möjliga i betyg samtidigt som *Interpool* fick tre av tre stjärnor för att maten inte var bränd. Lunchen bedömdes utifrån arbetarklassens förväntningar och middagen utefter borgerliga förväntningar.

Den kulturella föreställningen om arbetarstaden Malmö är ständigt närvarande 1995 men framträder även i en annan skepnad 2005, då arbetarklassmytens närvaro är ersatt av en nostalgisk känsla för en svunnen tid. Fältet är 2005 en social spelplan där Bong guidar läsaren utifrån sociala positioner. Den som gillar öl och sport men inte är intresserad av mat borde besöka Nya Tröls. Den som vill visa sig bland intellektuella och är intresserad av modern matlagning borde besöka Smak. Restaurangerna är inte lika hårt knutna till den dominerande fransk tradition som de var 1995. Nu har andra matkulturer integrerats i fältet som mer domineras av restaurangen som ett socialt rum än hur väl maten smakar. Vad maten kostar är inte längre i relation till vad den smakar utan nämns mer som en konsumentjournalistisk upplysning. Vad maten kostar är mer en indikation på vilken social grupp som läsaren kan förväntas stöta på i det sociala rummet som är restaurangen. Att gå ut 2005, vill jag hävda är ett sätt att bekräfta och stärka sin sociala identitet.

2015 är det kulturella restaurang- och matfältet otroligt mycket starkare än tidigare år. Detta märks inte minst genom att tv-program och personer fungerar som referenspunkter många gånger utan att behöva någon djupare förklaring eller presentation. Maten är ett dominerande kulturellt fält och de dominerande agenterna är personerna bakom restaurangerna.¹³⁷ Under de tidigare åren har det varit restaurangen som Bong, som ett fältets agent,

¹³⁷ Bourdieu, "Produktionen av tro", 162f

har investerat sitt symboliska kapital i, 2015 är det personerna som driver restaurangerna, primärt kockar som detta kapital investeras i. 1995 och 2005 var det restaurangen som recenserades, nu är det personerna som är restaurangen som recenserar. Bongs sätt att skriva, för varje nedslagsår, skiftar från utpräglat journalistiskt till mer och mer estetiskt.¹³⁸ Detta visar att det kunskapsområde som är restaurang- och matfältet är mer folkligt än tidigare och att kunskapsnivån hos publiken blivit högre och högre för varje nedslagsår. Bong är både med och skapar och bekräftar en publik som är mer och mer insatt i ämnet och behöver i allt mindre utsträckning avestetisera ämnet för att göra det begripligt.

2015 är restaurangbesöket likt 1995 en teaterföreställning. Då 1995 var kravet för en godkänd föreställning att manuset var välskrivet gärna en klassiker, en av de stora berättelserna.¹³⁹ 2015 är det önskvärda mer likt en improvisationsteater där det oväntade ger underhållningsvärdet. Det är de oväntade smakerna och kombinationerna som gör ett besök intressant och därmed genererar en positiv recension. Bong säger det bäst när besöket på Noma 2015 sammanfattas:

Vi har suttit vid bordet i nära fyra timmar, det har inte varit tråkigt en sekund.¹⁴⁰

Det sätt som Bong positionerar sig mot läsare har också förändrats genom åren. Bong har rört sig från att vara en allvetande expert som med stöd av sitt kulturella kapital visat för läsaren hur saker borde vara/smaka/kosta till en ställföreträdande besökare som förmedlar smak och dofter från upplevelsen av att genomgå riten att äta en symboliskt laddad maträtt (eller vid en symboliskt laddad restaurang). 1995 berättade Bong om hur fisken borde falla för gaffeln eller att en välstekt anka är bättre än en understekt. 2015 lägger inte Bong någon värdering i hur maten är utförd utan försöker förmedla den sensoriska upplevelsen av den.

9. Diskussion

Det kan konstateras att matens betydelse som klassmarkör har skiftat till en social identitetsmarkör. När Bongs första recensioner publicerades 1995 var de starkt präglade av ett journalistiskt ideal som gjorde texterna lättillgängliga för en bred läsarkrets. I takt med att maten kommit att mer och mer dominera som fält i medieutbudet har kunskapsnivån höjts och därmed har även Bong varit tvungen eller helt naturligt blivit en mer avancerad form av

¹³⁸ Widestedt. *Ett tongivande förnuft, Musikkritik i dagspress under två sekler*, 93.

¹³⁹ Lindgren. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*, 170.

¹⁴⁰ Bong, "Så simpelt och komplext på en och samma gång *Sydsvenskan* 2015-11-13

recension helt i tidens tecken. Att se på hur en kultur eller ett samhälle äter säger mycket om hur det mår. Att svälta eller tvingas blanda bark i brödet är starka symboler för mänskligt lidande och misär. Att maten som fält blivit folkligare och recensionerna riktar sig mer till läsaren som en foodie, där maten kan representera både livsstil och hobby, tyder på att läsarna av *Sydsvenskan* åtminstone inte går hungriga. Maten är inte längre bara föda och restaurangen har gått från ett socialt rum till en plats för underhållning påhejad från massmedierna. Bong i likhet med andra medieprodukter skulle nyansera fältet genom att förhålla sig mer kritisk till maten som underhållningskultur. Bong 2015 står visserligen i ett stormens öga där fältet förändras snabbt och intensivt, men det finns något i mitt tycke journalistiskt oprofessionellt i att okritiskt svepas med i en förändring av något som inte bara är ett kulturellt uttryck men för människan även biologiskt essentiellt.

De kockar och andra portalgestalter som producerar matkonst gör det i regel inte med intention att det ska vara enbart underhållning. Bland de vars profession det är att framställa mat finns en otrolig respekt för råvaror och hållbarhet, men detta budskap blandas lätt upp av glättigt underhållningsvärde när det filtreras genom medier.

Bourdieu menar att likheter i människors levnadsbanans möjlig- och nödvändigheter är en viktig del i att konstruera klasser. Ju mer likriktade dessa ”förutsättningar” är desto lättare är det att ringa in praktiker hos en klass.¹⁴¹ Jag menar att fragmenteringen av människan har gynnats av den ögonblickliga tillgången till information som it-samhället bidragit med. Genom det informationsteknologiska samhället har möjligheten till att i det digitala rummet anonymt utforska nya sociala positioneringar, varit tillgängliga utanför nedärvda dispositioner. Detta har därmed bidragit dessa traditionella konstruerade klasser sprungna ur industrialiseringen kanske inte upplösts men blivit inaktuella som de grundbegrepp utifrån vilket sociala identiteter konstrueras. Klassbegreppets sönderfall tyder inte på demokratisering eller utjämning utan snarare på ännu djupare klyftor och fragmentering.

¹⁴¹ Bourdieu, “Distinktionen en social kritik av omdömet”, 258.

10. Referenser

10.1 Empiriskt material från Sydsvenskan

10.1.1 1995

- Bong, "Alldeles förträffligt", *Sydsvenskan* 1995-05-26
- Bong, "Alldeles utmärkt", *Sydsvenskan* 1995-11-24
- Bong, "Behärskning ger kvalitet", *Sydsvenskan* 1995-03-24
- Bong, "Bosses lunch kan lätt bli en vana", *Sydsvenskan* 1995-05-19
- Bong, "Charmerande miljö", *Sydsvenskan* 1995-03-31
- Bong, "Ett långtradarfik med härlig storköksmat", *Sydsvenskan* 1995-03-17
- Bong, "Gott och mycket", *Sydsvenskan* 1995-10-06
- Bong, "Hit går man inte för matens skull", *Sydsvenskan* 1995-07-14
- Bong, "Inte minnesvärt", *Sydsvenskan* 1995-04-21
- Bong, "Inte plågsamt alls", *Sydsvenskan* 1995-06-02
- Bong, "Inte värt pengarna", *Sydsvenskan* 1995-03-03
- Bong, "Lunchen vällagad men utan karaktär", *Sydsvenskan* 1995-02-29
- Bong, "Man får trösta sig med utsikten", *Sydsvenskan* 1995-07-07
- Bong, "Mycket mat för pengarna", *Sydsvenskan* 1995-06-30
- Bong, "Mätt utan ånger i trivsamt vrå", *Sydsvenskan* 1995-07-21
- Bong, "Njutbar lunch på innekrog", *Sydsvenskan* 1995-07-28
- Bong, "Personalen är bäst", *Sydsvenskan* 1995-05-05
- Bong, "Prisvärt och okonstlat", *Sydsvenskan* 1995-04-14
- Bong, "Stämningen bättre än maten", *Sydsvenskan* 1995-06-09
- Bong, "Svårt att lyfta på hatten för Hipp", *Sydsvenskan* 1995-02-17

10.1.2 2005

- Bong, "Det smakar – och kostar", *Sydsvenskan* 2005-08-05
- Bong, "En nypa finess till, tack!", *Sydsvenskan* 2005-10-28
- Bong, "En slapp husman", *Sydsvenskan* 2005-12-16
- Bong, "Grandiöst överdåd", *Sydsvenskan* 2005-03-11
- Bong, "Gå direkt på kaffet", *Sydsvenskan* 2005-10-21
- Bong, "Gå över bron efter maten", *Sydsvenskan* 2005-04-22

Bong, "Halvfranskt", *Sydsvenskan* 2005-02-04
Bong, "Inga klipp på gozzip", *Sydsvenskan* 2005-05-27
Bong, "Ingen tröst hos Harry", *Sydsvenskan* 2005-08-12
Bong, "Inget för finsmakare", *Sydsvenskan* 2005-05-20
Bong, "Inte fina fisken direkt", *Sydsvenskan* 2005-08-19
Bong, "Köttslig lust på vegovis", *Sydsvenskan* 2005-06-10
Bong, "Mål till matchen", *Sydsvenskan* 2005-03-04
Bong, "Mått-ligt bra krog", *Sydsvenskan* 2005-06-17
Bong, "Möllan står stilla", *Sydsvenskan* 2005-01-07
Bong, "Sill och ricotta", *Sydsvenskan* 2005-04-15
Bong, "Smakfull matkonst", *Sydsvenskan* 2005-01-28
Bong, "Sådär sushi", *Sydsvenskan* 2005-12-23
Bong, "Ta det kallt hos sultanen", *Sydsvenskan* 2005-11-04
Bong, "Tapas på topp", *Sydsvenskan* 2005-04-08

10.1.3 2015

Bong, "En skattkista av goda smakkombinationer", *Sydsvenskan* 2015-01-09
Bong, "Goda förrätter följs av trista och vattniga tacos", *Sydsvenskan* 2015-12-11
Bong, "Inte riktigt biff – men portionerna är stora", *Sydsvenskan* 2015-01-02
Bong, "Kompetent men utan hjärta på malmhattan", *Sydsvenskan* 2015-08-21
Bong, "Koreansk smaksättning ett välkommet tillskott", *Sydsvenskan* 2015-11-27
Bong, "Krogen som trogen vän, med dygder och defekter", *Sydsvenskan* 2015-01-02
Bong, "Kul tilltag att härma kött och fisk, men inte så gott", *Sydsvenskan* 2015-10-30
Bong, "Lunchen var helt okej, men varför papptallrikar?", *Sydsvenskan* 2015-03-27
Bong, "Misosoppa extra allt gör det asketiska till rokokko", *Sydsvenskan* 2015-08-14
Bong, "Modern skolmat som skulle behöva mera sting", *Sydsvenskan* 2015-11-20
Bong, "Opretentiös godsak i högst charmig miljö", *Sydsvenskan* 2015-05-22
Bong, "Prestigelöst och trevligt men maten är slätstruken", *Sydsvenskan* 2015-04-24
Bong, "Snabba ryck och glad stämning på burgerhaket", *Sydsvenskan* 2015-06-26
Bong, "Så simpelt och komplext på en och samma gång", *Sydsvenskan* 2015-11-13
Bong, "Tiden har hunnit ikapp men Smak håller nivån", *Sydsvenskan* 2015-01-30
Bong, "Traditionellt och proppert i en klassisk lundamiljö", *Sydsvenskan* 2015-12-04
Bong, "Turistversionen av det italienska kökets klassiker", *Sydsvenskan* 2015-07-03

Bong, "Välbekant – men dags att ta maten på större allvar", *Sydsvenskan* 2015-01-16

Bong, "Välregisserat krogbesök av bästa Michelinklass", *Sydsvenskan* 2015-05-15

Bong, "Även veganmaten är värd lite extra omsorg", *Sydsvenskan* 2015-03-20

10.2 Litteratur

Bourdieu, Pierre "Distinktionen en social kritik av omdömet" I *Kultursociologiska texter* red.

Broady, Donald & Palme, Mikael. Stockholm: Salamander 1986, 237-304.

Bourdieu, Pierre "Modeskaparen och hans märke", I *Kultursociologiska texter* red. Broady,

Donald & Palme, Mikael. Stockholm: Salamander 1986, 77-146.

Bourdieu, Pierre "Produktionen av tro", I *Kultursociologiska texter* red. Broady, Donald &

Palme, Mikael. Stockholm: Salamander 1986, 147-236.

Bourdieu, Pierre. "The political field, the social science field and the journalistic field", I

Bourdieu and the journalistic field. red. Benson, Rodney & Neveu, Erik, Cambridge:

Polity press, 2005, 29-48

Broady, Donald. "Kulturens fält. Om Pierre Bourdieus sociologi", i *Masskommunikation och*

kultur, NORDICOM-Nytt/Sverige, Nr 1-2, 1988, Hämtad som PDF från:

<http://people.dsv.su.se/~jpalme/society/pierre.pdf> (hämtad 2017-04-20)

Goodsir, Warren & Neill, Lindsay & Williamson, David & Brown, Alan. "Journalistic

integrity or arbiter of taste?", I *Journal of hospitality and tourism management*, vol. 21,

2014, 127-133

Jorgensen, Marianne W, and Phillips, Louise. *Discourse Analysis as Theory and Method*.

London: SAGE Publications, 2008. Accessed October 25, 2017. ProQuest Ebook

Central.

Ledin, Johanna och Moberg, Ulla. Textanalytisk metod. I *Metoder i kommunikationsveten-*

skap, Ekström, Mats & Larsson, Larsåke. (red.), 2. Uppl., Studentlitteratur: Lund, 2015.

153-178

Lindgren, Simon. *Populärkultur Teorier, metoder och analyser*. Malmö: Liber, 2014

Möllerström, Veselinka. *Malmös omvandling från arbetarstad till kunskapsstad, En*

diskursanalytisk studie av Malmös förnyelse. Diss: Lunds universitet, 2011

Roosvall, Anna & Widholm, Andreas & Riegert, Kristina. "Kulturjournalistik", I *Handbok i*

journalistikforskning red. Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper. Lund:

Studentlitteratur, 2015, 263-281.

- Sloan, Donald. "The postmodern palate: Dining out in the individualized era", I *Culinary taste: Consumer behaviour in the international restaurant sector* red. Sloan, Donald. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004, 23-42.
- Trubek, Amy B. *Haute Cuisine how the French invented the culinary profession*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2000
- Ulver, Sofia. "Encouraged Intrusion and the Entering of a Subordinate Consumption Field", I *Advances in Consumer Research*, 43, 2015, 415-420
- Widestedt, Kristina. *Ett tongivande förnuft, Musikkritik i dagspress under två sekler*. Diss, Stockholms Universitet, 2001
- Williamson, David & Tregidga, Helen & Keen, Courtney. "The working engines of distinction: Discourse for main course in restaurant reviews", I *Journal of hospitality and tourism management*, vol. 16, no. 1, 2009, 55-61