

«Det er typisk norsk å like pizza»

Utviklingen av pizzaens rolle i norske matvaner fra rettens introduksjon og frem til i dag

Lisa Methlie Stefanović

Lektorprogrammet

Studiepoeng: 30

Våren 2023

HIS4095L

Institutt for arkivering, konservering og historie

Det humanistiske fakultet



«Det er typisk norsk å like pizza»

Utviklingen av pizzaens rolle i norske matvaner fra
rettens introduksjon og frem til i dag

Av **Lisa Methlie Stefanović**

Masteroppgave i historie

Universitetet i Oslo

Våren 2023

© Lisa Methlie Stefanović

2023

«Det er typisk norsk å like pizza»

Lisa Methlie Stefanović

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Hvordan kan det ha seg nordmenn er det folket i verden som spiser mest pizza per person – mer enn italienerne selv? I denne oppgaven utforsker jeg hvordan pizzaens rolle i norske matvaner har utviklet seg fra rettens introduksjon på slutten av 50-tallet og frem til i dag. Pizza har utviklet seg fra å være en «eksotisk grøtpinn» til å bli den mest spiste retten i Norge. Hva kan tilberedningsmåten, hvem retten ble tilberedt av og hvem som inntok den fortelle oss om kulturell, sosial og individuell identitet? Pizza har i løpet av perioden gått fra å bli ansett som høystatus, til lavstatus og så tilbake til høystatus igjen. Retten har både fungert som en bekreftelse av egen selvoppfatning, og som en projisering av denne til andre. Samfunnets holdning til retten har i stor grad vært påvirket av i hvilken grad pizza anses som eksotisk og spennende eller folkelig. Grupper i samfunnet som bruker mat som kulturell kapital har både spist og unngått å spise pizza for å vise klassetilhørighet. Pizza har dermed fungert som et symbolsk uttrykk for klasse. Denne oppgaven søker også å vise hvordan maten vi spiser, i dette tilfellet pizza, fungerer som tidens speil. Posisjonen til og bruken av denne matretten kan fortelle mye om den generelle sosiale og økonomiske utviklingen i samfunnet.

Forord

Det å skrive denne oppgaven har vært spennende og lærerikt, men det har også vært utfordrende, slitsomt og veldig frustrerende til tider. Jeg hadde aldri fått det til uten god hjelp og støtte. Jeg vil gjerne takke min veileder Patrick Bernhard som har muliggjort det for meg å skrive om et så spennende tema, og som har introdusert meg for mathistories flotte verden. Patricks engasjerende og positive tilbakemeldinger, samt oppfølging og veiledning har vært til stor hjelp i denne prosessen. Jeg vil gjerne rekke en helst spesiell takk til min far som alltid har satt av tid i sin hverdag – uansett hvor travelt han selv måtte ha det – for å lese igjennom, diskutere og lytte til sin frustrerte datter – jeg hadde aldri kommet i mål med masteroppgaven uten denne støtten. Moren min har som alltid stilt opp som moralsk støtte, noe jeg er veldig takknemlig for. Kjæresten min, Torjus, har bidratt på mange områder – både med praktiske gjøremål og viktigst av alt med å hjelpe meg med å ikke gå helt i kjelleren, men heller løftet meg opp og fått meg til å ta en dag av gangen. Til slutt er jeg veldig takknemlig for alle de flotte, morsomme og snille medstudentene mine på lesesalen – det å komme seg på skolen har vært lekende lett når det er så fine folk som har møtt meg der. Dere har gjort det mest strevsomme semesteret i min utdanning til å også bli det beste.

Blindern 11. mai 2023

Lisa Methlie Stefanović

Innholdsfortegnelse

1	INNLEDNING	1
1.1	Forskningslitteratur og tidligere forskning.....	1
1.2	Metode og kilder	2
2	NORSKE MATVANER FØR PIZZAENS INTRODUKSJON	6
2.1	Typisk norsk middagsuke på 50-tallet.....	6
2.2	Den sosialdemokratiske dypfryseren	8
3	FRA EKSOTISK GRØTPINNE TIL ALLEMANNSEIE: FRA PIZZAENS INTRODUKSJON FREM TIL 1980	10
3.1	Nordmenns forsøk på å forstå pizza.....	11
3.2	«Pop» med Pizza	13
3.3	Pizza blir universelt	16
3.4	Pizza – en viktig del av den nye norske helgen	18
3.5	Oppsummering.....	20
4	VERDENSMESTERE I FROSSENPIZZA: 1980 TIL 2000	21
4.1	Pengerik, men opplevd tidsfattig	22
4.2	Pizza Grandiosa – verdensmestere i frossenpizza.....	25
4.3	Fiende av folkehelse og symbol på forfall	27
4.4	«Folkelig» pizza – i opposisjon til «den gode smak».....	29
4.5	Pizza som ungdommens matopprør	32
4.6	Kommersielle tv-kanaler – gjennombrudd for markedsføringen av pizza	33
4.7	Oppsummering.....	35
5	JAKTEN PÅ DEN «AUTENTISK» PIZZAEN: 2000 TIL I DAG	36
5.1	Den norske gullalder – velstand og medfølgende endring i matvaner	37
5.2	<i>Grændis</i> – det norske mysteriet.....	39
5.3	Helsekost + pizza = «pizza»	40
5.4	«Autentisk» italiensk pizza.....	42
5.5	Når pizza blir vitenskap.....	46
5.6	Oppsummering	48
6	KONKLUSJON	50
7	KILDER OG LITTERATUR	56

1 Innledning

Pizza er en av de første «eksotiske» rettene som kom til Norge, og den første som raskt ble en del av nordmenns kosthold og hverdag. Pizzaen er i dag den mest spiste matretten i Norge,¹ og har dermed en helt spesiell posisjon i det norske kjøkken. Annechen Bugge skriver i sin bok om norske mat- og spisevaner: «Når kjøkkenet ofte er blitt omtalt som tidens speil, er det fordi det så tydelig reflekterer samfunnets behov, idealer, muligheter og smak til enhver tid.»² Man kan stille spørsmålet i hvilken grad pizzaen og dens påvirkning på norske matvaner er et slikt "speil".

Jeg ønsker i denne masteroppgaven å undersøke **hvordan pizzaens rolle i norske matvaner har endret seg fra den ble introdusert og frem til i dag**. Jeg ønsker å se nærmere på hvorfor og hvordan pizza har blitt så populær i Norge og dernest vurdere hvordan pizzaens rolle i norske matvaner har endret seg over tid. Jeg ønsker også å vurdere i hvilken grad endringen av pizzaens rolle i norsk matvaner speiler, samspiller og eventuelt samvirker med utviklingen i andre sosiale forhold i perioden fra pizzaen ble introdusert og frem til i dag. Videre ser jeg på hvordan retten har blitt og blir tilberedt, hvem den blir tilberedt av og hvem som spiser den, og hva det kan fortelle oss om kulturell, sosial og individuell identitet.

1.1 Forskningslitteratur og tidligere forskning

Mathistorie er et relativt nytt forskningsfelt innenfor historiefaget. Historiefeltet blir først tatt i bruk av den franske Annales-skolen på midten av 1900-tallet. Innenfor Annales-skolen stod ernæring sentralt, men mat sett i sammenheng med sosiale forhold var ikke et like viktig tema. Dette skjer først på 1970-tallet da antropologer setter søkelys på mat som et viktig tema innenfor historiefaget. I introduksjonen til det historiegrafiske verket *The Oxford Handbook of Food History* skriver redaktøren Jeffrey Pilcher "Food matters, not only as a proper subject of study in its own right, but also as a captivating medium for conveying critical messages about capitalism, the environment, and social inequality to audiences beyond the ivy tower."³ Mathistorie er altså en retning innfor historiefaget som er under stadig utvikling, og som har stort potensiale.

¹ «Ipsos norske spise fakta 2022» Telefonsamtale med John Spilling, 31.03.2023.

² Annechen Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere : mat og spisevaner i Norge fra 1500-tallet til vår tid* (Oslo: Cappelen Damm akademisk, 2019), 7.

³ Jeffrey M. Pilcher, *The Oxford handbook of food history*, Handbook of food history (New York: Oxford University Press, 2012), xvii.

I likhet med feltets status i resten av verden, er mathistorie også et relativt nytt fenomen i Norge, men også her et historiefelt som er i vekst. En viktig bidragsyter innenfor mathistorie i Norge er sosiologen Annechen Bahr Bugge. Bugge har nylig (2019) gitt ut et omfattende verk om historien til norske spisevaner og matkultur: «fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere: Mat og spisevaner i Norge fra 1500-tallet til vår tid.» Bugge presiserer at bokens formål er å gi leseren «...et innblikk i det norske kjøkkenets tilblivelse og utvikling.» I innledningen til boken trekker hun fram noen sentrale spørsmål om norske matvaner: «Hvor har vi fått impulsene fra?», «Hva og hvordan har vi spist gjennom tidene?» «Hva maten gjør med oss, og hva vi gjør med maten».⁴ Verket gir et svært detaljert bilde av norsk matkultur. Boken har ikke en egen seksjon dedikert spesifikt til pizza, men retten nevnes flere ganger i kapitlene som ser på det norske kjøkken fra 1960-tallet og frem til i dag.

Til tross for rettens store utbredelse er det forsket lite på pizzaens historie i Norge. Det er skrevet én oppgave innenfor historiefaget som har pizza i norsk kontekst som fokus: En hovedfagsoppgave i kulturhistorie fra 2006 med tittelen «Pizza på Norsk» av Anniken Melby. Hovedfagsoppgaven har en annen teoretisk bakgrunn og tidsbegrensning (1970-2000). Den er intervjubasert, og har dermed en annen metodisk tilnærming. Takket være nasjonalbibliotekets digitalisering av aviser, kokebøker og magasiner har jeg i min oppgave et langt bredere kildetilfang, noe som åpner opp for en mer detaljert tolkning av oppfatninger av retten i det offentlige rom. Melby har delt inn oppgaven tematisk, og ser på en kortere periode, mens jeg gjennom mitt arbeid ønsker å fremheve de lange linjene i pizzaens rolle i norske matvaner, og mer spesifikt rette søkelyset mot rettens rolle i «smakshierarkiet». Ettersom det ikke foreligger noen bred beskrivelse av dette i norsk kontekst, vil forskningen min kunne bidra til ny innsikt i feltet.

1.2 Metode og kilder

I oppgaven vil jeg se på temaet fra et sosial- og kulturhistorisk perspektiv. Fokuset i oppgaven er på Norge, og oppgaven baserer seg på et omfang av både sekundærlitteratur og primærkilder. Ettersom jeg skal vurdere i hvilken grad endringen av matvanene speiler, samspiller og mulig samvirker med utviklingen i andre sosiale forhold, vil jeg bruke tverrfaglighet som tilnærming i oppgaven. Sosiologiske og antropologiske teorier vil bli brukt som bakgrunn i den historiske

⁴ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 15.

analysen, samtidig som de vil bli anvendt for å forstå nordmenns forhold og vaner knyttet til pizza. Jeg vil også bruke tverrfaglige analyser for å svare på hva tilberedningsmåten, hvem retten ble tilberedt av og hvem som inntok den kan fortelle oss om kulturell, sosial og individuell identitet.

Oppgaven baserer seg i stor grad på avisartikler, reklamer, kokebøker og magasiner. Her bruker jeg Nasjonalbibliotekets digitaliserte arkiv. Arkivet har et svært bredt omfang av digitalisert materiale, og det har derfor vært nødvendig for meg å gjøre et utvalg av kilder. Det viktigste for meg har vært å trekke ut essensen av det som presenteres i mangfoldet av kildene. Dette er berettende kilder som viser hvordan, og i hvilket omfang, pizza har blitt omtalt, som igjen kan vise til trender i samfunnet. Endringer i disse trendene kan også speile endringer i samfunnet. Jeg vil for eksempel se nærmere på hvordan pizza til ulike tider er blitt omtalt og i hvilken grad det har blitt vurdert som et italiensk, amerikansk eller norsk produkt. Den nasjonale identiteten man har ønsket å knytte til pizzaen, kan også fortelle noe om nordmenns vaner og endring i disse vanene som spiller sammen med andre sosiale forhold. Jeg ser på endringen i terminologien som er blitt brukt til å beskrive retten, og hva dette kan fortelle oss om nordmenns forhold til pizza. Reklamer kan sees som speilbilder av sin tid, men de viser ikke bare samfunnets idealer og verdier, de er også med på å påvirke holdninger og normer.⁵ Det samme gjelder kokebøker, som kan fortelle noe om hva som er populært, men også bidra til å skape trender i samfunnet. I tillegg til dette vil statistikk fra SSB være relevant når det kommer til forbruk av varer, andel av inntekt brukt på mat, og vaner knyttet til restaurant- og kafebesøk. Dette gjelder også andre områder som ikke er direkte knyttet til forbruk av mat, men som indirekte har påvirket matvaner. Sammen med de kvalitative tiltakene brukes også Nasjonalbibliotekets søkemotor og N-gram for kvantitativ analyse av nøkkelord i all deres digitaliserte materiale. Ved å se på hyppigheten i bruken av disse ordene og frasene over tid gis det innsikt i betydningen retten har hatt og endring i fokus i de forskjellige periodene.

Når det kommer til kapittelet som ser på spisevaner knyttet til pizza nærmere vår tid har jeg hentet data fra Ipsos Spisefakta: «Norges mest omfattende studie av nordmenns matvaner og holdninger til mat.»⁶ Studien har tall tilbake til 1987, og særlig detaljerte undersøkelser over nordmenns vaner knyttet til pizza fra 2022. Dette er spesielt viktig for å forstå hvordan pizzaens

⁵ Jostein Saakvitne, «Norsk reklamehistorie 1945–2020,» <https://ndla.no/subject:1:94dfe81f-9e11-45fc-ab5a-fba63784d48e/topic:2:185588/topic:2:185591/resource:1:74027>.

⁶ «Norske spisefakta,», Ipsos, <https://www.ipsos.com/nb-no/norske-spisefakta>.

rolle i norske matvaner har utviklet seg etter årtusenskiftet og frem til i dag. Noe tall er også hentet fra «middagsdagboken 2019», som også er en undersøkelse gjennomført av Ipsos.⁷

Annechen Bahr Bugge har også skrevet en rekke sosiologiske artikler og studier som setter søkelys på nordmenns matvaner. Artikkelen «Den sosiale appetitten: Mat, kasse og identitet» utgitt i 2010 undersøker hvordan mat og spisevaner er resultat av både livsvalg og livssjanser. Artikkelen ser nærmere på hvordan sosiale miljøer uttrykker seg gjennom mat, og hvordan folk bruker matkulturelle symboler for å posisjonere seg i det sosiale landskapet, i tillegg til å opprettholde og skape relasjoner. Sammen med sosialantropologen Runar Døving har Bugge skrevet *Det norske måltidsmønsteret: ideal og praksis* – en studie av det norske måltidsmønsteret og hvilken verdi og rolle måltidet hadde i mathverdagen på tidspunktet for utgivelse (2000).⁸ Døving har skrevet helt spesifikt om pizza i norsk kontekst i et kapittel i hans bok *Rype med lettøl: en antropologi fra Norge*. Kapitlet setter søkelys på klasse, men retter tidvis et blikk på pizzaens historie.

Spørsmål om matidentitet, sammenhengen mellom mat og identitet, identitetsskaping og idealer, samt mat som symbolsk uttrykk for klassetilhørighet står sentralt i analysen. Her er Pierre Bourdieus teori *Distinksjonen – En sosiologisk kritikk av dømmekraften* særlig sentral. Boken regnes som referanseverket når det gjelder å undersøke hvilken rolle smak spiller i sosiale klassers selvforståelse. Boken er basert på en studie som ble utført i Frankrike på 1960-tallet. Den konkurransebaserte dimensjonen av smak står sentralt i Bourdieus analyse. Denne viser hvordan både oppfatningen av smak og det faktiske forbruket av ulike kulturelle produkter brukes til å etablere og opprettholde ulikheter mellom ulike nivåer i samfunnets klassehierarki. Han argumenterer for at smak er en form for kulturell kapital, et begrep som i dag er velkjent. Smak gir tilgang til sosial status og anerkjennelse, og kan brukes som et middel til å differensiere seg fra andre og signalisere posisjon i samfunnet. Bourdieus arbeid er dermed et viktig bidrag til forståelsen av hvordan kultur og klasse er tett knyttet sammen.

Artikkelen til Claude Fischler «Food, Self and Identity» er også viktig i denne delen av oppgaven. Artikkelen setter søkelys på mat, idealer og identitet. Claude Fischler starter

⁷ Ettersom undersøkelsene selges til bedrifter var det ikke mulig for meg å få full tilgang – informasjonen jeg viser til er derfor basert på en telefonsamtale med John Spilling, seniorkonsulent i Ipsos og ansvarlig for undersøkelsen, som har lest opp en rekke nøkkelfakta for meg.

⁸ Annechen Bugge og Runar Døving, *Det norske måltidsmønsteret : ideal og praksis*, vol. nr 2-2000, Rapport (Statens institutt for forbruksforskning : trykt utg.) (Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning, 2000), 3.

artikkelen med en påstand om at mat er sentralt for vår forståelse av identitet og identitetsskaping. Primærkildene kommer fra Norge, men der det er relevant baserer oppgaven seg også på teorier og undersøkelser fra andre deler av verden. Andre verk som er relevante er *Food and the self: consumption, production and material culture* av sosialantropologen Isabelle De Solier, og *Sociology on the Menu: an invitation to the study of food and society* av Alan Beardsworth og Teresa Keil.

Oppgavens struktur er kronologisk, og inndelingen av kapitlene er gjort tematisk etter viktige hendelser og/eller endringer knyttet til pizza. I første kapittel vil jeg se på norske matvaner før pizzaen ble introdusert. Dette er viktig for å forstå den historiske konteksten retten ble introdusert i, og utgangspunktet for de endringene retten bidro til. Det andre kapittelet ser på pizzaens innmarsj i Norge – fra slutten av 1950-tallet og frem til 1980. I denne perioden blir retten introdusert for nordmenn, og den første Peppes pizza restauranten åpnes i 1970, noe som blir et vendepunkt for restaurant- og utelivsvaner. Det neste kapittelet tar for seg tidsperioden 1980 frem til 2000. Det er i 1980 Grandiosa blir lansert, og frossenpizzaen virkelig får fotfeste i norske dagligvarebutikker. Kapittel 4 tar for seg perioden etter 2000 og frem til i dag. I denne perioden ser vi en økende interesse for det som ofte omtales som «autentisk» napolitansk pizza. I kapittelet oppsummerer jeg også hvilken rolle pizzaen har i norske matvaner i dag.

2 Norske matvaner før pizzaens introduksjon

Helt mot slutten av 50-tallet begynner pizza så vidt å dukke opp i noen aviser, magasiner og kokebøker. Før dette er det først og fremst i reisebrev fra Italia og USA retten blir nevnt. Det er likevel ikke før på 60-tallet at antall referanser blir så mange at det gir grunnlag for å snakke om en reell utbredelse. I dette kapitlet ser jeg på norske matvaner i perioden før rettens innmarsj. Dette er viktig for å forstå den historiske konteksten der retten ble introdusert, og hvilke forutsetninger som gjorde det mulig for pizza å etablere seg i norske matvaner. Det som stod på middagsbordet på 50-tallet er, akkurat som i andre tiår, et speil av hva som preget samfunnet på denne tiden. Mat og spisevaner har siden da i stor grad blitt utsatt for og endret seg som følge av internasjonalisering. Men heller ikke perioden før pizzaen kom til Norge var upåvirket av omverdenen når det kom til matvaner. Selv om det fortsatt var tradisjonell norsk husmannskost som var mest utbredt, var tiåret før pizzaens innmarsj preget av økt internasjonalt samarbeid,⁹ og med dette kulturell påvirkning fra USA.¹⁰ Internasjonaliseringen manifesterte seg i stor grad som amerikanske matprodukter og restaurantvaner – dette var det nye og kule innen matverdenen i Norge på 50-tallet. Pølseboder, gatekjøkken og snackbarer begynte å dukke opp rundt omkring i det ganske land. Mange nye produkter og matord trer inn i det norske matvokabularet på 50-tallet, og de fleste av dem har blitt værende. Hamburger, banana split, popkorn, snackbar og softis er eksempler på dette.¹¹ Teddy's Softbar i Brugata var en av de første snackbar-typene i landet, som tilbød nettopp disse produktene i et interiør inspirert av barer i USA med Jukebox.¹² Den bredere internasjonaliseringen som fant sted på 50-tallet, og som blant annet uttrykte seg i utbredelsen av amerikanske matprodukter, bidro til at også pizzaen kunne tre inn i norske matvaner.

2.1 Typisk norsk middagsuke på 50-tallet

En typisk norsk middagsuke varierte naturligvis fra husholdning til husholdning. Likevel er det noen fellestrekk i hva som ble servert. En forbrukerundersøkelse utført av Statistisk Sentralbyrå (SSB) i 1958 gir et innblikk i norske matvaner på 1950-tallet. Forbruket av poteter, kornprodukter og melk var spesielt høyt i perioden.¹³ I motsetning til i dag brukte en

⁹ Even Lange, «Frihandel og samarbeid,» Norgeshistorie.no, <https://www.norgeshistorie.no/velferdsstat-og-vestvending/1815-frihandel-og-samarbeid.html>.

¹⁰ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 299.

¹¹ *Ibid.*, 297-298.

¹² *Ibid.*, 328-329.

¹³ Statistisk sentralbyrå, «Forbruksundersøkelsen: Tabell 06368: 1958-1973,» <https://www.ssb.no/statbank/table/06368/tableViewLayout1/>.

gjennomsnittlig norsk husholdning en langt større andel av sin inntekt på matvarer på 50-tallet – hele 39.9% mot 12,2 % i 2012.¹⁴ I magasinet Alle Kvinners Blad, Norges nest mest solgte ukeblad på 50-tallet,¹⁵ kan vi finne flere eksempler på ukemenyer.



Figur 1: Alle Kvinners Blad 1954 nr. 25, s. 24



Figur 2: Alle Kvinners Blad 1954 nr. 11, s. 26

Selv om disse ukemenyene kun er to eksempler som fremstilles for leserne av bladet, sier de likevel noe om matvanene på den tiden. Menyene reflekterer også de mest brukte matvarene i SSBs forbrukerundersøkelse, gjennom betydelig innslag av poteter, relativ stor andel fiskemiddager, mye rotgrønnsaker og stor andel kornprodukter.

Perioden var preget av økt oppmerksomhet rundt helse og kosthold. Det var ikke lenger et forsyningsproblem, og på 50-tallet var det viktig at det var *riktig* mat som ble servert i hjemmet, i motsetning til et det var *nok* mat - som hadde vært målet tidligere. Dette reflekteres i flere

¹⁴ Ibid. og statistisk sentralbyrå, «Forbruksundersøkelsen: Tabell 10235: 1999-2012,» <https://www.ssb.no/statbank/table/10235/tableViewLayout1/>.

¹⁵ «Alle Kvinners Blad,» i *Store norske leksikon*, red. (snl.no).

magasiner og kokebøker fra perioden.¹⁶ Denne oppmerksomheten kan vi se går i bølger fra 50-tallet og frem til i dag. I senere perioder får dette en innvirkning på pizzaens rolle, og nordmenns holdninger til retten. (Se kapittel 4 og 5).

Søndagsmiddagen stod sterkt i norsk matkultur på 50-tallet. Dette kan dels forklares med at arbeids- og skoleuken var på seks dager, og søndagen dermed var den eneste fridagen. Søndagsmiddagen står fortsatt sentralt i norske matvaner, men fredag og spesielt lørdag har utviklet seg til å få en enda mer sentral rolle i nordmenns mathverdag. Begrepet «helgemat» var så godt som ikke-eksisterende på 50-tallet.¹⁷ Men som vi skal se blant annet i kapittel 3.5, fikk pizzaen en vesentlig rolle i utviklingen av disse nye matvanene.

2.2 Den sosialdemokratiske dypfryseren

Fryseren er sentral når man snakker om pizza og frossenpizza, og på 50-tallet var dypfryseren den store nyvinningen på kjøkkenfronten. Til å begynne med var den norske befolkningen svært motvillige til å adoptere den nye fryseteknologien. Mange stilte spørsmål om "Hvorfor skulle nordmenn importere amerikanernes moderne og dårlige matvaner?"¹⁸ Den gjeldende oppfatningen var at ferske varer både var bedre og lettere tilgjengelige enn frosne. Denne skepsisen til import av amerikanske matvaner ser vi med noe varierende kraft gjennom hele perioden frem til i dag, også når det gjelder amerikansk pizza. Da fryseteknologien først fikk et visst fotfeste i det norske samfunnet, ble den brukt på en helt annen måte enn hos amerikanerne. Amerikanerne brukte fryseren til å kjøpe ferdigmat, mens nordmenn brukte den til å bevare og fryse ned mat som var høstet i naturen rundt dem, og for å forlenge levetiden til allerede innkjøpte matvarer. Til tross for skepsis til det ukjente og innflytelse fra amerikansk matkultur, ble dypfryseren raskt et symbol på det moderne velferdssamfunnet. De første fryserne som husholdningene tok i bruk, hadde i norsk ånd et sosialdemokratisk preg. Folk hadde ikke fryserer selv, men de hadde tilgang til felles frysebokser i borettslagskjeller eller i fryseanlegg i meierier og butikker. Hele 15% av den norske befolkningen leide frysebokser. Det var først etter flere års kampanjer hvor frysevarer ble vist frem i butikkfryserne at

¹⁶ Eksempelvis kapittelet «litt om ernæring og matvarer» som ser på næringsinnholdet i en rekke matvarer, kaloribehov og vitaminer og mineraler i *Gyldendals store kokebok*. Ingerid Askevold, *Gyldendals store kokebok* (Oslo: Gyldendal, 1955). Kommer også frem i en artikkel i «Alle Kvinners Blad» som oppfordrer overvektige kvinner til å danne en slankeklubb med venninner, og med oppskrifter på kalorifattig mat. (kilden – alle kvinners blad volum 13. 1951)

¹⁷ I nasjonalbibliotekets digitaliserte arkiv er uttrykket nevnt 34 ganger i aviser fra 1950-1960, og 18 av disse nevnelser er tittelen på et kåseri utgitt i 1955.

¹⁸ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*. S?

nordmenn begynte å kjøpe disse. Den økte internasjonaliseringen førte til at fryseboksen ble vanlig i norske hjem – noe som senere fikk stor betydning for nordmenns pizzavaner.

I løpet av 50-tallet satt nordmenn døra på gløtt for utenlandske matvaner og ny mat-teknologi, og USA var den viktigste inspirasjonskilden. Noen av endringene i perioden har lagt til rette for at pizzaen senere kunne få en så omfattende rolle i norsk matkultur. Etter at nordmenn var blitt «varmet opp» av amerikansk innflytelse i matveien, var det enklere for pizzaen å få fotfeste. På den måten kan vi si at amerikanske matvaner ble en døråpner for pizzaen, som senere igjen ble en døråpner for annen utenlandsk mat.

3 Fra eksotisk grøtpinne til allemannseie: fra pizzaens introduksjon frem til 1980

Ved inngangen til 60-tallet var nordmenn blitt forberedt gjennom økende internasjonal og særlig amerikansk innflytelse i matveien, og det var lagt til rette for at pizza kunne finne sin plass på den norske middagstallerkenen. Men i motsetning til hva man kanskje skulle tro, var det ikke først og fremst den amerikanske innflytelsen som kunne ta æren for rettens introduksjon i Norge, men heller pizzaens hjemland. Dette mye takket være den økte reiseaktiviteten, ikke minst i form av ferieturer til Italia.

Etter langvarig rasjonering kom gjennombruddet for velstands- og forbrukskulturen på slutten av 1950-tallet. Hverdagslivet til nordmenn ble omformet i langt større grad mot en felles materiell kultur – der forbruk av materielle goder tok en større plass i livet til folk flest. Det private forbruket økte betydelig, og var ved starten av 70-tallet hele tre ganger så høyt som i 1945. I samme periode doblet reallønnen seg.¹⁹ Den økte velstanden førte likevel ikke med seg større forskjeller i samfunnet – heller tvert imot. Den sosialdemokratiske moderniseringspolitikken førte til at forskjellene i samfunnet minket. Velstandsøkningen var størst blant de som hadde minst, noe som førte til raskere forbruksvekst i denne gruppen enn for gjennomsnittet. Norske myndigheter hadde holdt igjen forbruket av importerte varer lenger enn andre vest-europeiske land. På 60-tallet ble dette sluppet løs, og importen av utenlandske varer økte.²⁰ I tillegg til økt import, førte velstandsveksten og innføringen av fireukers ferie til at flere nordmenn kunne ta seg råd til reise på ferie utenlands.²¹ Fra feriereisene tok folk med seg inspirasjon fra «eksotiske» matretter. Framveksten av en felles materiell kultur bidro også til at nordmenn brukte sitt konsum av varer og tjenester som identitetsmarkører. Pizza var et av disse produktene som fikk en symbolsk verdi knyttet til sosial identitet på 60- og 70-tallet.

I løpet av 60- og 70-tallet skjedde det store endringer i arbeidshverdagen til nordmenn – som påvirket både menn, kvinner og barn. Husmorens rolle stod fortsatt sterkt på 60-tallet, men i løpet av disse to tiårene, og da spesielt på 70-tallet, ser vi slutten på husmørsæraen. Fra første halvdel av 1970 til 1987 økte antall kvinner som hadde inntektsgivende arbeid fra 45 prosent

¹⁹ Even Lange, «Høyere levestandard, mindre forskjeller,» Norgeshistorie.no, <https://www.norgeshistorie.no/velferdsstat-og-vestvending/1803-hoyere-levestandard-mindre-forskjeller.html>.

²⁰ Ibid.

²¹ Ferieloven, «Lov om ferie,», red. (Lovdata, 1947).

til 63,7 prosent.²² Det at langt flere kvinner begynte å arbeide utenfor hjemmet hadde naturligvis konsekvenser for husholdningers vaner i hverdagen. På slutten av 60-tallet og begynnelsen av 70-tallet avvikles lørdagsskolen, og barn får en ekstra dag fri. Helgen som vi kjenner den i dag blir til, og det er en åpen plass til et måltid spesielt tilpasset barna.

3.1 Nordmenns forsøk på å forstå pizza

I løpet av 50-tallet gikk pizza fra å være et fenomen som først og fremst ble beskrevet i reisebrev i norske aviser og tidsskrifter til å bli en spennende rett som flere ble anbefalt å teste. Helt mot slutten av 50-tallet ble det publisert oppskrifter på pizza i aviser, ukeblader og kokebøker. På samme måte som hamburger og softis var nye matord på 50-tallet, begynte pizza å dukke opp i det norske vokabularet på 60-tallet. Bugge uttaler i en artikkel publisert på *Matprat* sine nettsider at Språkrådet foreslo *kjøttlefse* som et norsk navn på den nye retten.²³ Riktignok presiserer Språkrådet selv at det ikke grunnlag for å si at det har vært noe reelt forsøk eller ønske om å gi pizza et norsk navn, men at *kjøttlefse* var et av flere slang-uttrykk som ble brukt om pizza på 60-tallet.²⁴ Uansett kan slanguttrykkene fortelle noe om nordmenns holdninger til retten da den først ble introdusert. Bruken av norske ord for å betegne retten, antyder at den fremstod såpass utenlandsk og fremmed at det var naturlig å fornorske navnet for å bedre beskrive hva retten innebar.

Andre ord som ble brukt som slang da retten fortsatt var relativt ny i norsk sammenheng var *degoslefse* og *dugurdslefse*. Språkrådet presiserer på e-post at disse uttrykkene nesten bare ble brukt spøkefullt. Det var ikke en normering av språket, men forteller oss likevel noe om holdninger. *Degeo* (eller *dago/dagos*) er en nedsettende betegnelse på person av søreuropeisk opphav.²⁵ Ordbruk viser at pizzaen var mer fremmedartet for det norske folk, som på den tiden i mindre grad var eksponert for andre kulturer. Til tross for at det nedsettende uttrykket om søreuropeere ble brukt som slang på pizza, viser ikke beskrivelser av retten fra aviser og tidsskrifter til noen annen form for «fremmedfrykt» knyttet til den ukjente retten drevet av negative holdninger til italienere. Slanguttrykket blir ikke brukt i aviser, kokebøker eller tidsskrifter på 60- og 70-tallet. Det finnes noen eksempler der uttrykket blir brukt i senere

²² Statistisk sentralbyrå, «Historisk statistikk 1994: Arbeidskraft,»
<https://www.ssb.no/a/histstat/tabeller/kap09.html>.

²³ *Matprat.no*, «Hvordan har middagen endret seg de siste 100 år?»,
<https://www.matprat.no/artikler/feature/hvordan-har-middagen-endret-seg-siste-100-ar/>.

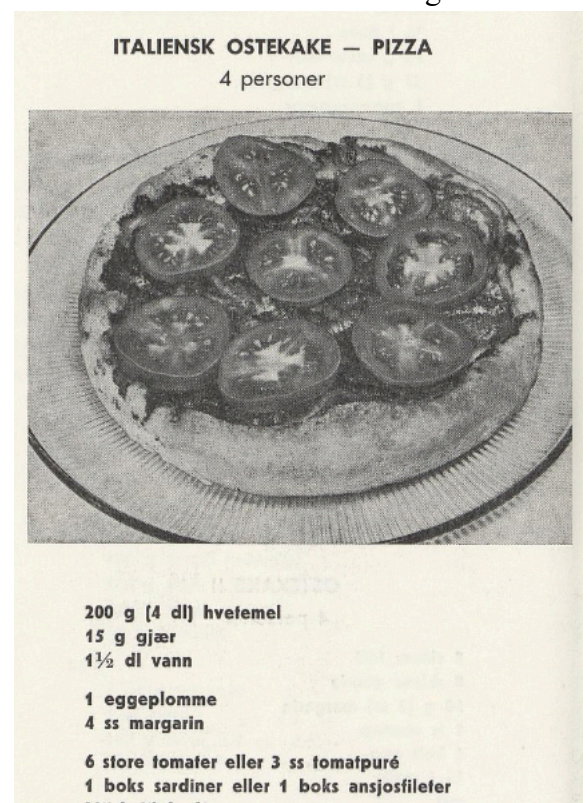
²⁴ Personlig kommunikasjon i e-post med Bård Eskeland, 15.02.23.

²⁵ «degeo», i *Det Norske Akademis Ordbok*, red.

perioder (80- og 90-tallet), men her for å få frem et poeng ved bruk av humor. Dette er relevant for nordmenns holdninger til pizza i neste kapittel. *Dugurd* er «... et gammelt ord for et formiddagsmåltid som ble servert omtrent klokken 10.»²⁶ Ordet har tradisjoner helt tilbake til norrøn tid, men etter at dette måltidet ble mindre vanlig etter industrialiseringen har ordet blitt brukt til å omtale enkel formiddagsmat.²⁷

Felles for alle de tre slanguttrykkene er at de inneholder ordet lefse. Dette er kun ett eksempel på hvordan det i den første tiden ble satt et norsk preg på retten. Også på andre områder enn ordbruken kan vi se at nordmenn ikke adopterte retten direkte fra Italia eller USA, men heller forsøkte å plassere retten i allerede eksisterende strukturer i norske matvaner. Det at *dugurd* betyr enkel formiddagsmat forteller oss at pizza, i motsetning til i dag, ikke ble sett på som en fullverdig middag på 60-tallet. Et annet eksempel som bygger opp under dette er spalten «Elise Sverdrup: God middag» publisert i *Drammens Tidene* 30. oktober 1959 som presenterer pizza som «en virkelig spennende grøtpinn» for sine lesere. *Grøtpinne* defineres som «saltmat ved siden av eller etter grøtmåltid; siderett til grøt.»²⁸ Grøtpinne er altså ikke en rett som i seg selv regnes som et fullverdig middagsmåltid. Videre skriver Sverdrup: «Oppskriften kommer fra Italia og heter PIZZA. Den smaker liflig som grøtpinn, men du kan trygt servere den som en festlig liten aftenrett også ...»²⁹ Måten pizza blir omtalt i denne spalten illustrerer hvor ukjent retten var for den jevne befolkningen. Retten og opphavet måtte bli introdusert for leseren. Begge eksemplene viser også hvordan pizzaen fikk en annen funksjon som rett i Norge enn i Italia eller USA. En oppskrift publisert i *Nidaros* i 1964 skriver at pizza «Serveres varm til lunsj eller forrett.»³⁰

Mange av oppskriftene på pizza som publiseres i aviser og tidsskrifter på 60-tallet reflekterer også at dette var



Figur 3: Den store norske kakeboken, 1964, s. 256

²⁶ Arnt Steffensen, «dugurd,» i *Store norske leksikon*, red. (snl.no).

²⁷ Ibid.

²⁸ «grøtpinne,», i *Det Norske Akademiske Ordbok*, red.

²⁹ Elise Sverdrup, «God middag,» *Drammens Tidene*, 30.10.1959, 4.

³⁰ «Ost på italiensk vis,» *Nidaros*, 12.09.1964, 3.

en fremmed rett som ble anvendt på en norsk måte. Et eksempel på dette er pizzaoppskriften som ble publisert «den store norske kakeboken» i 1964, der pizza kalles «italiensk ostekake»³¹ (figur 3). Denne oppskriften er et av flere eksempler der pizzabunnen minner mer om en paibunn, med margarin eller smør, og ofte med eggeplommer i deigen. Dette kan være fordi pizza minner om en rett som allerede er en del av norske matvaner: paien. Retten ble derfor tilpasset det kjente. Pizza ble ikke ansett som et fullverdig måltid. Retten ble ikke bare språklig sammenlignet med en lefse, men også tatt i bruk slik lefsa tradisjonelt har blitt brukt i Norge – nemlig som et lett måltid til enten lunsj eller kveldsmat, eller som tilbehør til et middagsmåltid.

3.2 «Pop» med Pizza³²

Som vi har sett, indikerte måten pizza ble omtalt i aviser, kokebøker og magasiner at retten ble sett på som fremmedartet. Men fra det fremmedartede var det også kort vei til det eksklusive. På 60-tallet fant pizzaen sin plass i matvanene til en spesiell sosial klasse. Det var først på vestkanten i Oslo at retten fikk fotfeste.³³ I sin doktorgrad «Rype med lettøl» skriver sosiologen Runar Døving om hvordan pizzaen i denne perioden var en ny trend innenfor den norske middelklassens fest- og restaurantkultur.³⁴ Den ble servert som en eksklusiv og spennende rett. Dette illustreres i flere innlegg i aviser og tidsskrifter, der retten knyttes til fest og feiring. I Laagendalsposten i 1961 omtales pizza som «oppskrift på festmåltid.»³⁵ Alle kvinners blad viet en hel side til pizza i en utgave gitt ut i 1961 – med overskriften: «PIZZA – en italiensk delikatesse»³⁶. Artikkelen innledes med følgende:

Ikke sant – det er spennende med utenlandsk mat – med retter fra andre himmelstrøk som kan være aldri så enkle, men som likevel setter spiss på vår hverdag? I ukene fremover vil vi bringe oppskrifter fra fremmede land, som De sikkert vil ha glede av å prøve i Deres eget kjøkken. I dag begynner vi med: Italiensk Pizza.³⁷

Hvordan, og av hvem pizzaen ble konsumert da retten fortsatt var ny i norsk kontekst kan fortelle oss noe om sosial og individuell identitet knyttet til mat i denne perioden. I boken *Food and the self – Consumption, Production and Material Culture* ser forfatteren, Isabelle De

³¹ Hanna Jacobsen og Elise Sverdrup, *Den store norske kakeboken* (Oslo: Grundt Tanum, 1964), 256.

³² Brita, «'Pop' med Pizza,» *Arbeiderbladet*, 08.10.1960, 12.

³³ Live Vedeler Nilsen, «Den første norske pizzaen,» nb.no, <https://www.nb.no/historier-fra-samlingen/da-pizzaen-kom-til-norge/>.

³⁴ Runar Døving, «Rype med lettøl : en antropologi fra Norge,», red., [En Pax-bok] (Oslo: Pax, 2003), 35.

³⁵ «Oppskrift på festmåltid,», *Laagendalsposten*, 03.02.1961, 6.

³⁶ «PIZZA - en italiensk delikatesse,», *Alle kvinners blad nr. 7* 1961, 26.

³⁷ Ibid.

Solier, på hvordan mat brukes som identitetsmarkør. Solier refererer til hvordan det post-industrielle samfunnet er karakterisert av å være et forbrukssamfunn. Som nevnt tidligere er 60-tallet sterkt preget av framveksten av velstands- og forbrukssamfunnet, noe som innbar at den norske befolkningens hverdag ble omformet mot en felles materiell kultur. I motsetning til tiden før industrialiseringen former mennesker sin identitet ut ifra hva de konsumerer, ikke hva de produserer. Solier refererer til den franske sosiologen Jean Baudrillard som argumenterer for måten vi konsumerer varer har en stor effekt på hvordan identiteten og selvet vårt blir skapt. Ubevisst velger vi varer og tjenester for å signalisere meninger om oss selv.³⁸

Den franske sosiologen og antropologen Pierre Bourdieus verk *Distinksjonen – En sosiologisk kritikk av dømmekraften* regnes, som nevnt i introduksjonen, som referanseverket når gjelder hvilken rolle smak spiller i formingen av sosiale klassers opplevelse av seg selv. Det finnes et smakshierarki, der den øverste klassen har definisjonsmakten på hva som er «god smak.» Hva som er «god smak» er kulturell kapital – dette brukes igjen som et statussymbol.³⁹ Mat er et av flere produkter som individet bruker for å forme sin identitet. Vi ser tydelige tendenser til dette når det kommer til hvordan pizza ble «brukt» av middelklassen på 60-tallet.

«Mat har lenge blitt brukt som et middel for klassedistinksjon.»⁴⁰ Solier påstår at mat, spesielt innenfor middelklassen, har fungert som kilde til status. Hun tar i bruk begrepet «kulinarisk kapital» som er en form for kulturell kapital innenfor matverdenen. Dette stemmer godt overens med at det var middelklassen i Norge som var først ute med å konsumere pizza. Som beskrevet ovenfor var pizza ansett som en spennende utenlandsk rett. Solier trekker frem omfavnelsen av mat fra en annen kultur enn sin egen som en gjennomgående trend hos grupper i samfunnet som bruker mat som sosial kapital. Sitatet fra alle kvinners blad ovenfor viser at retten ble ansett som «trendy» på 60-tallet. Temaene som ukeblader og magasiner valgte å gi oppmerksomhet var ofte indikatorer på hva som allerede er populært i samfunnet, eller er i ferd med å bli det (fremvoksende trender). Ukeblader, aviser og reklamer legger vekt på det som er «riktig» å like – det som til enhver tid kan ansees som «god smak». I senere tid kan vi også se eksempler på utenlandske matretter som først omfavnes av middelklassen i byene og i aviser

³⁸ Isabelle de Solier, *Food and the self: consumption, production, and material culture*, Materializing culture (London: Bloomsbury, 2013), 55.

³⁹ Pierre Bourdieu, *Distinction: a social critique of the judgement of taste*, La distinction (London: Routledge & Kegan Paul, 1984).

⁴⁰ de Solier, *Food and the self: consumption, production, and material culture*, 57. Min oversettelse. Originalt sitat: «food has long been used as a means of class distinction»

og magasiner, før det senere spres til resten av befolkningen, som for eksempel sushi og andre asiatiske retter.⁴¹ I neste kapittel vil vi se nærmere på hvordan pizzaen mister sin status som et spennende og trendy måltid, og heller blir et symbol på forfall etter at det har blitt allemannseie.

Som nevnt i introduksjonen argumenterer Fischler for at mat er sentralt for vår forståelse av identitet og identitetsskaping. Forfatteren utforsker det kjente uttrykket «du er det du spiser». Det kan forstås slik at hvis man spiser usunt, så blir man usunn (og omvendt), eller det kan forstås i den helt bokstavelige og biologiske forstanden: maten du spiser brukes av kroppen til å danne nye celler, slik at du til slutt faktisk består av det du har spist.⁴² Men hva vi mennesker spiser går langt utover kun næring. Vi bruker masse tid, penger og kreativitet på mat vi skal spise. Sett i sammenheng med Bourdieus teori kan uttrykket snus på hodet: «Du spiser det du er». «Du spiser det du er» beskriver hvordan vi spiser den maten som stemmer med vår opplevelse av egen identitet. De første som begynte å spise pizza i Norge projiserte tanker om egen identitet gjennom maten de spiste. For den sosiale gruppen som først begynte å konsumere pizza på slutten av 50-tallet og på 60-tallet var det ikke bare maten i seg selv som var spennende og interessant. Vel så mye kan vi se det å spise pizza på den tiden som en bekreftelse av egen oppfatning av seg selv som en spennende og interessant person, og/eller en projisering av denne selvoppfatningen til andre. Middelklassen i Norge spiste ikke bare den spennende og eksotiske pizzaen – de *var* spennende og eksotiske personer. Dette illustreres i ett innlegg i Arbeiderbladet fra 1960 titulert «‘Pop’ med Pizza.» Det er ikke bare pizza som er «pop», du *blir* «pop» ved å spise/servere pizza. Dette stemmer godt med Bourdieus teori om at vi i forbrukssamfunnet konsumerer varer og tjenester utfra hvem vi ønsker å være, eller for å bekrefte den identiteten vi allerede har.

Til tross for den omfattende amerikanske innflytelsen på norsk matkultur i 50-årene, refererer de aller fleste omtalene av pizza i aviser på slutten av 50-tallet og på 60-tallet til Italia. Dette til tross for at pizza var godt befestet også som amerikansk rett på denne tiden. En av forklaringene til dette kan være at pizza på denne tiden var kjent som opprinnelig italiensk, uavhengig av om viktig inspirasjon til retten skulle vært hentet fra USA. Den andre forklaringen, som jeg vil argumentere for er mer plausibel, er at i takt med økende velferd, økte antallet mennesker som dro på ferietur til Italia, og i den sammenheng tok med seg inspirasjon

⁴¹ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 441-442.

⁴² Claude Fischler, «Food, self and identity,» *Social Science Information* 27, no. 2 (1988): 279.

til nye matretter direkte fra opphavlandet. 1959-1969 regnes som pionérråene innenfor charterbransjen.⁴³ Det er i denne perioden nordmenn begynner å reise på ferie til det såkalte «Syden», herunder Italia. I 1964 kommer også loven om minimum fire ukers ferie.⁴⁴ Dette åpner opp for at flere nordmenn kan reise på lengre ferieturer. Samme år reiste ca. 40 000 nordmenn på charterreise. Dette tallet innebærer kun de som reiste direkte fra Norge, mens det var også mange nordmenn som reiste via København til Syden. Blant de nordiske landene var Italia det nest mest populære reisemålet etter Spania.⁴⁵ Da charterreiser først kom til landet var det svært kostbart. I 1959 betalte de første charterreisende 1200 kr for ferien, dette i en tid der den gjennomsnittlige årslønnen i Norge lå på 14000 kr i året.⁴⁶ Det å kunne reise på ferie til land som Italia var derfor et statussymbol. A-magasinet skriver i et nummer fra 1966 at Italia som reisested er «par excellence» for millioner. Utgaven inneholder også en Italia-reportasje.⁴⁷ Ved å servere en rett som pizza som man hadde spist på ferie viste man at man var verdensvant, og at man tilhørte den gruppen i samfunnet som hadde god nok økonomi til å gjøre dette. I et innlegg fra Nordlandsposten beskriver skribenten en samtale hun har hatt med en venninne som alltid har vellykkede middagsselskap: «Jeg kunne tenke meg å servere pizza, sa hun begeistret. Det er en hel del av våre venner som har vært i Italia i de senere år, og de er alle blitt vilt begeistret for pizza!»⁴⁸ Dette er et eksempel på at flere tok med seg pizza hjem til Norge etter å ha vært på ferie i Italia

3.3 Pizza blir universelt

Etter pizzaens spede utbredelse på 60-tallet, skyter rettens popularitet virkelig i været med lanseringen av Peppes Pizza Pub i 1970. Restauranten åpnes av ekteparet Anne og Louis Jordan. Amerikaneren Louis Jordan introduserer nordmenn for pizza «The real American way.»⁴⁹ Den nye restauranten spiller en viktig rolle i utbredelsen av pizza, men maten som ble tilbudt viste seg også å være av stor betydning for det mer generelle utelivet i Oslo på 70-tallet. Pizzarestauranten fylte et tomrom i hovedstaden. Dette kommer frem i Olle Thorvik sin bok *Nattverden – min lysløype gjennom Oslos moderne uteliv – fra Colony Club til turbotirsdag* der forfatteren beskriver Oslos uteliv fra 60-tallet og frem til 2000. Thorvik beskriver hvordan Pizza ble en

⁴³ Morten Aasbø, *De lærte oss å reise* (Oslo: Columbus, 2009), 13.

⁴⁴ Ferieloven, «Lov om ferie.»

⁴⁵ Aasbø, *De lærte oss å reise*.

⁴⁶ Frøy Lode Wiig, *Charter : 50 år til Syden* (Oslo: Vega forl., 2009), 17.

⁴⁷ , *A-Magasinet*, 04.06.1966.

⁴⁸ «Den gode vertinne elsker sine fester.», *Nordlandsposten*, 25.05.1963.

⁴⁹ Olle Thorvik, *Nattverden : min lysløype gjennom Oslos moderne uteliv - fra Colony Club til Turbotirsdag : inneklanen, klubbene, caféene, menneskene og livet om natten* (Oslo: Skamløst forlag, 2020), 21.

slager uten sidestykke i norsk restauranthistorie. Da Peppes Pizza Pub åpnet i 1970 var det et lysglimt i en ellers «lukket, grå og kjedelig by.»⁵⁰ Peppes ble, ifølge Thorsvik, redningen. Det var lange køer utenfor restauranten for å få en smak av den relativt ukjente retten. Igjen bekrefte det at pizza ble forstått i norsk kontekst: «for de fleste nordmenn var det en slags lefse man kunne legge forskjellige ingredienser på og smelte ost på toppen.»⁵¹

Det kommer tidlig frem at pizzaen på Peppes er spesielt populært blant unge mennesker. I Dagbladet er det bemerket at det meste av klientellet er «i beste diskotekalder».⁵² Mens Morgenbladet skriver at «Peppes Pizza Pub er blitt et møtested for meget unge mennesker».⁵³ Unge blir ofte ansett som «nyskapere» innenfor mattradisjoner, og adopterer gjerne nye matretter som bryter med de matvanene som dominerer blant de eldre generasjonene. Pizzaen blir i overgangen fra 70- til 80-tallet omfavnet av unge mennesker som en del av deres rolle som nyskapere.⁵⁴

En anmeldelse av restauranten i Morgenbladet illustrerer godt hvor fremmed retten opplevdes – ikke bare selve smaksopplevelsen, men også hvordan den skulle spises. «Vi innleverte søknad til diskemannen om kniv og gaffel»⁵⁵ når de får til svar at de ikke har bestikk på Peppes skriver anmelderen «Dette betyr jo at det ikke er mulig for en dame med innebygget sett av manerer å spise pizza på dette etablissement, med mindre hun er meget sporty.»⁵⁶ Innlegget viser at til tross for pizzaens tidlige rolle som en trendy matrett for middelklassen, var det også noen reservasjoner mot det ukjente. Å spise maten med hendene var helt ukjent for de fleste nordmenn på dette tidspunktet, og brøt også med alle normer for skikk og bruk og manerer. Annechen Bugge og Runar Døving har undersøkt hva nordmenn anser som et «ordentlig måltid» i boken «Det norske måltidsmønsteret: idealer og praksis.» Her fremkommer det at det er mange regler til hvordan det som ansees som et «ordentlig måltid» skal spises. Her trekkes det frem at det å spise med hendene ofte vurderes som en faktor som utdefinerer måltidet som «et ordentlig måltid.»⁵⁷

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

⁵² «Peppe's Pizza Pub», *Dagbladet*, 07.03.1974.

⁵³ St. Georges, «I går var vi på...» *Morgenbladet*, 06.11.1971, 10.

⁵⁴ Bugge og Døving, *Det norske måltidsmønsteret : ideal og praksis*, nr 2-2000, 11-12.

⁵⁵ Georges, «I går var vi på...» 10.

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Bugge og Døving, *Det norske måltidsmønsteret : ideal og praksis*, nr 2-2000, 47.

Videre i anmeldelsen skriver forfatteren at pizzaene var toppet med «... smeltet ost og mye rart på seg.»⁵⁸ Og det var også mulig å velge om man ville ha pizza med eller uten hvitløk.⁵⁹ Hvitløk ble oppfattet som lukten av det ukjente. Dette kommer tydelig frem i et innlegg i spalten «ukens helseråd» i nordlandsavisen fra 1968 titulert «om hvitløk og vorter» skrevet av Dr. Lester L. Coleman: «Man må si at hvitløk er et kontroversielt krydder, som man bør være meget forsiktig med. Har man innbudt gjester til et måltid, og ikke er sikker på om alle er «hvitløkselskere», bør man være hensynsfull nok til ikke å bruke denne spesielle ingrediensen til maten.»⁶⁰ Man kan med trygghet si at hvitløk ikke oppfattes som et «kontroversielt» krydder i dag. I tillegg til Peppes ble pizzaen også gjort kjent for hele landet da den ble presentert på fjernsynskjøkkenet i 1971 av Ingrid Espelid Hovig.⁶¹ Bugge presiserer også at det ikke var før på 70-tallet at husmødrene begynte å lage pizza.⁶² Mye takket være Peppes Pizza Pub gikk pizzaen fra å være en spennende grøtpinn til å bli godt etablert i det norske samfunnet i løpet av 20 år, noe som er illustrert i saken i Sarpsborgs Arbeiderblad om den nye Peppes-restauranten som skulle åpnes i Fredrikstad:

for snart 10 år siden ble den første pizza servert på en pizza-restaurant i Oslo. Det var Peppes Pizza-bar i indekshuset som åpnet, og med den åpningen begynte en utvikling som svært få egentlig hadde tro på. Pizza var plutselig «in». Men i motsetning til mange andre ting som plutselig slår an, for så å forsvinne igjen, var pizzaen kommet for å bli.⁶³

3.4 Pizza – en viktig del av den nye norske helgen

Flere endringer i arbeidshverdagen på 60- og 70-tallet førte til at det ble dannet nye mønstre i nordmenns matvaner. I 1973 ble lørdagsfri skole vedtatt, og barna fikk plutselig to hele dager med fri. Arbeidsuken ble i 1960 redusert fra 48 til 45 timer, og det ble vanlig med 5-dagers arbeidsuke.⁶⁴ Helgen som vi kjenner den i dag ble til, og Døving argumenterer for at dette er en av grunnene til at pizzaen har fått en så stor plass i det norske samfunnet.⁶⁵ Dette betød at det plutselig var en ledig dag i uken til et måltid tilpasset barna. I tillegg til kortere arbeidsuke og lørdagsfri, skjer det enda en stor endring på 70-tallet som bidrar til en egen «helgematskultur» – nemlig kvinners økende deltagelse i arbeidsmarkedet. I flere innlegg trekker kvinner

⁵⁸ Georges, «I går var vi på...» 10.

⁵⁹ Nilsen, «Den første norske pizzaen».

⁶⁰ Lester L. Coleman, «Om hvitløk og vorter.» *Nordlandsposten*, 09.08.1968, 6.

⁶¹ Thorvik, *Nattverden*, 20.

⁶² Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 381.

⁶³ «Sarpinger til Fredrikstad etter pizza», *Sarpsborg Arbeiderblad*, 21.03.1979, 15.

⁶⁴ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 377 (fotnote).

⁶⁵ Nilsen, «Den første norske pizzaen».

frem at pizza ikke bare er en god matrett, men at den også er veldig praktisk å servere til gjester ettersom den kan tilberedes på forhånd, og så stekes rett før servering. Denne praktiske siden ved pizza viste seg å få en viktig rolle utover 70-tallet.

Vi har sett hvordan husmorens rolle i samfunnet holdt seg sterk i perioden etter andre verdenskrig og frem til 1970-tallet. Utover 70-tallet er det en stor økning i antall kvinner som begynte å arbeide utenfor hjemmet. Til tross for at flere og flere kvinner begynte å jobbe fulltid utenfor hjemmet, var det fortsatt mange av de samme forventningene til fordelingen av arbeidsoppgavene i husholdningen. Dette kan vi se fra SSBs tidsbruksundersøkelse som begynte i 1970. Det var fortsatt forventet at kvinner skulle ta vare på barna, vaske og rydde, og ikke minst ha ansvar for matlagingen. Selv i dag, over 50 år etter slutten av husmorsæraen, er det kvinner som bærer den største byrden når det kommer til disse arbeidsoppgavene i hjemmet.⁶⁶ Sammen med endringen i arbeidshverdag og slutten på lørdagsskole, ble det at flere kvinner jobbet i hverdagen enda en faktor som bidro til et større skille mellom hverdag og helg. I motsetning til tidligere da de fleste kvinner var hjemmeværende og hadde langt bedre tid til å lage mat både i hverdagen og på lørdager og søndager, ble det mer og mer vanlig at lørdag og søndag var en dag der alle i familien hadde fri, mens hverdagen var preget av arbeid og skole, og mindre tid til matlaging. Et måltid som pizza ble et symbol på skille mellom hverdag og helg. Disse mønstrene som utviklet seg utover 60- og 70-tallet ser man konsekvensene av på begynnelsen av 80-tallet. Lørdagen utviklet seg fra å være en dag for enkel og billig mat, til å bli festmåltidets dag. Dette fant sin form i et kveldsmåltid mellom 19.00-21.00, *i tillegg til* middagen som ofte ble servert mellom 13.00 og 16.00. Til middagen var risengrynsgrøt og pølser de vanligste rettene, mens pizza lå på fjerde plass. Hvis man slår sammen tallene for middagsmåltidet og kveldsmåltidet ble pizza den nest mest spiste retten etter risengrynsgrøt.⁶⁷ Skille mellom pizza og risengrynsgrøt som lørdagsmåltid er spesielt interessant fordi det er en tydelig kontrast mellom de to – tradisjonelt versus eksotisk. Utskiftningen fra grøt til pizza viser tydelig en brytningsperiode i norsk matkultur. Pizzaen holder stand som det tydeligste symbolet på skille mellom hverdag og helg i matvalg helt frem til den får konkurranse fra mexicansk taco.

⁶⁶ Statistisk sentralbyrå, «Tidsbruksundersøkelsen,» <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/statistikk/tidsbruksundersokelsen>.

⁶⁷ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 377.

3.5 Oppsummering

I dette kapitlet har vi gjennom å studere omtale og slanguttrykk sett hvordan pizza i begynnelsen ble ansett som en eksotisk og spennende rett. Vi har også sett at det ukjente ble forsøkt forstått, og anvendt, i en norsk matkulturell kontekst. Pizzaen fikk etter hvert status som et trendy måltid, en spennende utenlandsk rett som først ble adoptert av middelklassen. Videre har kapitlet vist hvordan retten var plassert høyt i «smakshierarkiet» blant de som anvendte mat som kulturell kapital for å vise klassemessig tilhørighet. Økningen i feriereiser til Italia var også med på å bidra til pizzaens popularitet blant middelklassen. Peppes Pizza er med på å bidra til at retten blir populær blant resten av befolkningen, samtidig som pizzarestauranten var med på å endre utelivet i Oslo. Når retten blir mer populær, og ikke minst tilgjengelig, for en større del av befolkningen, kommer det også frem at det var noen reserverasjoner mot det ukjente. Endringer av arbeidshverdagen som 5-dagers arbeidsuke, skolefri på lørdager og den økte andelen kvinner som jobbet utenfor hjemmet, la også til rette for at pizzaen kunne ta plassen som et helgemåltid som symboliserte skille mellom hverdag og helg.

Alle disse endringene som fant sted på 60- og 70-tallet la til rette for den videre utviklingen av pizzaens rolle i norske matvaner. Pizzaen ble ansett som helgemat mer enn supplementsmat, slik som lefse. Da retten ble befestet som helgemat, og var blitt allemannseie, åpnet dette opp for at pizza i neste periode kunne ta neste steg i folkelig popularitet gjennom den enda mer tilgjengelige frossenpizzaen.

4 Verdensmestere i frossenpizza: 1980 til 2000

Utviklingstrekk som forbruksvekst og jappetiden, fremveksten av halv-og helfabrikatprodukter i norske butikker og kommersielle TV-kanaler var i denne perioden med på å tilrettelegge for utbredelsen av pizzaen i norsk matkultur. I 1980 blir Pizza Grandiosa lansert på det norske markedet – et produkt som blir beskrevet som «den norske pizzaen». Dette blir starten på frossenpizzaens raskt voksende popularitet, og tanken på et pizza-produkt som en norsk rett. Perioden er også preget av en voksende restaurant- og utelivsbransje, der antall pizzarestauranter i hele landet, men spesielt Oslo, øker kraftig. Etter at pizzaen har fått status som et eksotisk festmåltid for middelklassen på 60- og 70-tallet, blir retten på 80-tallet gradvis allemannseie og mister med dette også prestisje. Pizzaen blir ikke lenger ansett som «eksotisk mat» når retter fra mange andre kulturer og land blir en del av norske matvaner. Som Bugge skriver «fra en generasjon til en annen er vi ikke bare blitt fortrolige med pizza og hamburger, men også burritos, kebab, lasagne, nachos, sashimi, taco og tapas»⁶⁸. Når pizzaen går fra å være en eksotisk og spennende rett til å bli en folkelig favoritt, mister den sin funksjon som en markør for kulturell kapital blant dem med høyere sosioøkonomisk status.

Som vi så i forrige kapittel manifesterte pizzaen seg som helgemat mot slutten av 70-tallet. 1980-tallet blir en ny brytningstid for pizzaens rolle i norske matvaner. Det er nå frossenpizzaens tidsalder innledes. Etter at pizzaen hadde fått en etablert rolle som helgemat i mange norske hjem, ble den tidligere utenlandske retten fornorsket i langt større grad. Med framveksten av frossenpizza og pizzautsalg i gatekjøkken faller rettens prestisje, og i overgangen mellom 80- og 90-tallet blir den i stadig større grad ansett som «junk-food» og assosieres med usunn mat – pizza blir et symbol på forfall. I tillegg til at retten mister sin status som eksotisk, bidrar også den nye statusen som «junk food» ytterligere til at grupper som identifiserer seg med høyere sosiale klasser tar avstand fra retten. Pizza – og da spesielt frossenpizza – blir et produkt som illustrerer Bourdieus teori om at det å vise avsmak overfor produkter som bryter med egen oppfatning av sosial tilhørighet er vel så viktig som å vise smakspreferanser for produkter som bekrefter sosial tilhørighet. I denne perioden vokser også pizza frem som et symbol på ungdomskultur, og blir viktig for unge som ønsker å markere avstand fra de voksnes matverden. I 1988 kommer den første kommersielle TV-kanalen – dette

⁶⁸ Ibid., 399.

åpner opp for et helt nytt marked for reklame i Norge, noe som fører til store endringer i markedsføringen av pizzaprodukter.

4.1 Pengerik, men opplevd tidsfattig

På 80- og 90-tallet ser vi en stor økning i antall pizza-restauranter. Andelen av husholdningsbudsjettet til mat og alkoholfri drikke ble redusert på 80-tallet. Samtidig økte andelen bruk på kafé, restaurant og hotell.⁶⁹ Dette er et tegn på økt levestandard.⁷⁰ Dette kan forklares ved den økonomisk vekst og høy forbrukertillit i Norge på 80-tallet – ofte omtalt som jappetiden. Jappetiden på midten av 80-tallet var en periode der mange nordmenn fikk mer penger til rådighet, og det ble mer oppmerksomhet rundt luksus og forbruk.⁷¹ Dette påvirket også matvanene våre. Det ble mer vanlig å spise ute på restauranter, og mange nye og trendy spisesteder ble etablert i byene. Antallet rene pizzarestauranter og restauranter som får pizza på menyen øker markant utover 80-tallet. I overgangen til 90-tallet etableres en rekke pizzarestauranter og pizzakjeder. Utviklingen beskrives i en artikkel i finansavisen fra 1994: «I løpet av de siste årene har pizzakjokken vokst opp som paddehatter rundt omkring i landet.»⁷² I tillegg til Peppes dukket det opp andre pizzakjeder som Dolly Dimples, Pizza og kinaekspresen, Piccolo Pizza og Pizza Bakeriet – noen av de har overlevd frem til i dag, andre ikke. Flere av pizzakjedene som vokser frem begynner med hjemme-levering av pizza. Dette var en ny utvikling i norske spisevaner. Det å kunne bestille «take-away» er et veletablert fenomen i Norge i dag, men begynte altså med Pizza på døra på slutten av 80-tallet. Artikkelen fra finansavisen hevder at bakgrunnen for pizzarestaurant-boomen var et lavt behov for investering for å starte en pizzarestaurant. Da det var en økende etterspørsel etter restauranter under jappetiden, er det naturlig at det var en tilsvarende etablering av pizzarestauranter, særlig siden dette var et billigere alternativ for gründerne, og medførte mindre risiko. For mange nordmenn blir pizza den første matretten som er tilberedt på restaurant, men som blir spist hjemme.

⁶⁹ Andel av forbruksutgifter brukt på «restauranter, hotell og selskapsreiser» økte fra 3,5% i 1974-76 til 5,9% i 1996-98, mens andel brukt på «kafé, restaurant og lignende» økte fra 2,5% til 3,7% de samme årene. Statistisk sentralbyrå, «Forbruksundersøkelsen: Tabell 06366: 1974-1976-1996-1998,» <https://www.ssb.no/statbank/table/06366/tableViewLayout1/>.

⁷⁰ Estrellita Cometa Rauan, «Utgiftsandelen til mat og drikke høyest i lavinntektsland,» Statistisk sentralbyrå, <https://www.ssb.no/priser-og-prisindekser/artikler-og-publikasjoner/utgiftsandelen-til-mat-og-drikke-hoyest-i-lavinntektsland>.

⁷¹ Statistisk sentralbyrå, «Fra kjøpefest til edruelighet,» <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/artikler-og-publikasjoner/fra-kjoepefest-til-edruelighet>.

⁷² Ole Christian Hole, «Hard kamp om bitene,» *Finansavisen*, 28.11.1994, 16.

Jappetiden førte også til en økning i importen av matvarer fra andre land. Dette førte til at vi fikk tilgang til et større utvalg av utenlandske matvarer, som sushi, kebab, taco og wok-retter, noe som bidro til at pizzaen ikke lenger ble ansett som ny og spennende.⁷³ Alt i alt kan man si at jappetiden på 80-tallet førte til en økt interesse for luksus og eksklusive matvarer, samtidig som sunnhet og helse får økt oppmerksomhet. Samtidig er perioden også preget av at husholdningene konsumerte mer av halv- og helfabrikata, som frossenpizzaen. Dette kan tilsynelatende fremstå som et paradoks.

Hva er så forklaringen på at økt velstand og luksusforbruk går hånd i hånd med økt konsum av et relativt billig produkt som frossenpizza? En rekke innlegg i aviser, reklamer, ukeblader og kokebøker gir uttrykk for at man har fått dårligere tid til å lage middag. Det økende antallet oppskrifter som lover «middag på 30 minutter». Frossenmiddager som pizza, fiskegrateng, fiskepinner, samt halv- og helfabrikat-produkter skulle tilsi at den norske befolkningen er blitt langt mer opptatt av å spare tid på måltidsforberedelser enn tidligere. *Den rutete kokeboken* (utgitt i 1982), som beskrives som standardverket innenfor matlaging de siste 30 årene, har et helt kapittel dedikert «Middag på en halvtime».⁷⁴ I innledningen til kapitlet skriver forfatteren, Ingrid Espelid Hovig: «Fler og fler av oss prøver å få hverdagsmiddagen unna på kortest mulig tid. Det blir ikke mer tid til matlaging enn høyst 30 minutter, eller den tiden det tar å koke poteter.»⁷⁵ Videre skriver Hovig at oppskriftene i kapitlet baserer seg på hel- og halvferdige produkter fra frysedisken, hermetikk og ferdigmat. Det indikerer også at folk hadde en oppfatning av å ha mindre tid til overs enn tidligere. 80-tallet er preget av framveksten av toinntektsfamilien. Som beskrevet i forrige kapittel, var det en stor økning i andelen kvinner som arbeidet utenfor hjemmet på 70-tallet. Dette førte til at flere familier hadde bedre råd ettersom langt flere husholdninger hadde to inntekter.⁷⁶ Det er naturlig å anta at denne endringen førte til at flere kvinner fikk mindre fritid, og at det derfor var en større etterspørsel etter matprodukter som kortet ned tilberedningstiden. Denne antagelsen viser seg imidlertid ikke å stemme – ifølge SSBs tidsbruksundersøkelse. Til tross for at det var en opplevelse i befolkningen om at man hadde mindre fritid, og dårligere tid til å lage mat, viser tidsbruksundersøkelsen at nordmenn i gjennomsnitt hadde **mer** fritid på 80-tallet, enn det de hadde hatt tidligere. Fra 1970 til 1990 økte menns fritid per døgn med en time (fra 5,21 til

⁷³ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 399.

⁷⁴ Ingrid Espelid Hovig, Bjørn Iver Brekke, og Jorunn Borthen Gundersen, *Den Rutete kokeboken*, Rutiga kokboken (Oslo: Gyldendal, 1982), 184.

⁷⁵ *Ibid.*

6,21), mens kvinners fritid økte med en time og tre minutter (fra 4,59 til 6,01).⁷⁷ En av årsakene til dette er den nye teknologien som hadde blitt mer vanlig og som hjalp til med å redusere tiden brukt på husarbeid, for eksempel oppvaskmaskin og vaskemaskin.⁷⁸

En annen viktig faktor som kan forklare hvorfor norske matvaner i perioden var preget av ønsket om tidsbesparelse, nemlig det at fritiden ble fylt med mer innhold. Vi kan se at fritiden økte, og i takt med dette økte også tiden brukt på diverse fritidsaktiviteter – dette er et tegn på økt velstand. Dette kan forklare hvordan denne perioden er sterkt preget av at nordmenn generelt opplever økt velstand, men samtidig at de har dårligere tid – all den nye fritiden blir fylt opp av diverse aktiviteter, som mange tidligere ikke hadde hatt hverken tid eller penger til å gjøre. Det at mange fyller fritiden med flere aktiviteter for seg selv og barna, kan gi en opplevelse av å ha dårligere tid til praktiske gjøremål som det å lage middag. Professor i Sosiologi Anne Lise Ellingsæter ser i sin artikkel «Tidsklemme – metafor for vår tid» på hvorfor så mange i det norske samfunnet opplever at tidsregnskapet i hverdagen ikke går opp. I artikkelen refererer Ellingsæter til den amerikanske økonomen Judith Schom som beskriver økt konsum som drivkraften bak travelheten i samfunn og familie.⁷⁹ Videre skriver Ellingsæter at hverdagslivet intensiveres, og at det puttes flere og flere aktiviteter inn i samme mengde tid. Forfatteren skriver også om det hun omtaler som «speed-up i arbeidslivet»: økning av arbeidspress som fører til intensivering av arbeidstiden. Kvalitet og innhold i arbeidstiden har innflytelse for opplevelsen av tid. At folk opplever arbeidsdagene som mer intense kan være en forklaring på hvorfor man skulle ønske en enklere og tidsbesparende middag når man kommer hjem. Både den økte velstanden og at mange fylte fritiden sin med flere aktiviteter, samt at arbeidsmarkedet har vært preget av intensivering og effektivisering, kan bidra til å forklare hvorfor nordmenn på 80-tallet var pengerike, men samtidig opplevde seg som tidsfattige.

⁷⁷ Statistisk sentralbyrå, «Tidsbruksundersøkelsen».

⁷⁸ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*. S?

⁷⁹ Anne Lise Ellingsæter, «'Tidsklemme' – metafor for vår tid,» *Tidsskrift for samfunnsforskning* 46, no. 3 (2005).

4.2 Pizza Grandiosa – verdensmestere i frossenpizza

Lanseringen av Grandiosa på det norske markedet i 1980 markerte et veiskille i pizzaens rolle. Dette produktet skulle få en helt spesiell plass i den norske matkulturen. Lanseringen av Grandiosa markerer det som kan omtales som «den reelle» introduksjonen av frossenpizzaen i Norge. Annechen Bugge hevder at frossenpizzaene som kom før Grandiosa ble ansett som et produkt for spesielt interesserte.⁸⁰ Introduksjonen av frossenpizza i Norge markerte et tydelig brudd i den norske matkulturen - i tillegg til at pizzaen ble ansett som et symbol på skillet mellom hverdag og helg. Salget av frossenpizza økte kraftig fra begynnelsen av 80-tallet, men Grandiosa viste seg å bli den store favoritten allerede ett år etter lanseringen, og tok posisjonen som den mest solgte frossenpizzaen i 1981.⁸¹ Antall omtaler av frossenpizza i norske aviser illustrerer også skillet mellom 70- og 80-tallet. Medregnet alle de forskjellige synonymene og skrivemåtene av frossenpizza omtales begrepet totalt 45 ganger på 70-tallet, mens det nevnes 169 ganger på 80-tallet. Det bør også påpekes at omtalene av «pizza Grandiosa» ikke inkluderer ordet «frossenpizza», og er nevnt hele 6664 ganger på 80-tallet.⁸²



Figur 4: A-Magasinet, 11.02.84, s. 23

Hvordan pizza Grandiosa ble markedsført kan fortelle noe om normer og idealer i samfunnet, men også hva avsenderen av reklamen ønsket skulle assosieres med produktet. I reklamen publisert i A-magasinet 11.02.84 (se figur 4) sammenlignes Grandiosa og det norske skilandslaget, ettersom de, ifølge Nora-konsernet, er «usedvanlig gode og meget populære».⁸³ Samme år kom Grandiosa med sin første reklamefilm der det var det kvinnelige skilandslaget som nøyte den nokså nye ferdigrett-favoritten. Allerede her kan vi se at Grandiosa helt tydelig markedsføres som et norsk produkt. For de fleste nordmenn er, og var, langrenn «typisk norsk»

⁸⁰ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 381.

⁸¹ Grandiosa, «Tidslinje,» <https://www.grandiosa.no/om-grandiosa/tidslinje/>.

⁸² Nasjonalbibliotekets søkemotor. Søkord bruk: frossenpizza, dypfryst pizza, frossen pizza, frysepizza, frysepizza.

⁸³ «Vi går for Nora,», *A-Magasinet*, 11.02.1984.

- ved å bruke skilandslaget i reklamefilmen skaper Grandiosa slik en tydelig assosiasjon for forbrukeren. Det er også et tydelig signal om at de ønsket at Grandiosa skulle fremstå som et folkelig produkt, ved å knytte retten opp mot nasjonal identitet. I reklamene prøver Grandiosa å treffe så bredt som mulig – det er et produkt for absolutt «alle». Det at produktet så tydelig markedsføres som «norsk», kan også være et forsøk på nettopp å treffe «folk flest» med et kjent og kjært produkt som ikke ekskluderer de som er litt mer reservert mot det som er «ukjent» eller for «eksotisk».

Etter kun seks år blir Norge det landet i verden som spiser mest frossenpizza.⁸⁴ I en artikkel fra NRK i 2010 uttaler produktutvikleren som lagde oppskriften på Grandiosa, Ruth Romskau, at smaken til Grandiosa ble tilpasset til folk flest sin smak, og til den norske ganen. Romskau trekker dette frem som grunnen til Grandiosas popularitet.⁸⁵ I 1987 omtaler Dagbladet frossenpizza som «vår nye nasjonalrett» i en pizzatest. Der omtales Norge som den nasjonen i verden som spiser mest frossenpizza per hode – noe som fortsatt gjelder den dag i dag. Nordmenn blir dermed «verdensmestre i frossenpizza» kun få år etter at produktet har slått igjennom på markedet. Til tross for at artikkelen i dette tilfellet snakker om frossenpizza generelt som ny nasjonalrett, er det først og fremst Grandiosa som blir omtalt i artikkelen. Også i andre kilder omtales Grandiosa svært tidlig som «den nye nasjonalretten».⁸⁶ Eierne har ikke bare spilt på nasjonalfølelse, men også ønsket å skape en emosjonell tilknytning til produktet. I en Grandiosa-reklame publisert 28.02.85 i Stavanger Aftenblad spiller Stabburet på «kjærlighet ved første bit»⁸⁷, med et hjerte på pizzaboksen. Stabburet forsøker å skape en emosjonell tilknytning til produktet, ikke minst gjennom å tilpasse det til norske smaksløker med myk og tykkere bunn og mildere smaker. Grandiosa har vært markedsleder helt fra starten og står fremdeles for 50% av frossenpizza-markedet.⁸⁸ Det at nordmenn har vært på toppen når

⁸⁴ Inger Lid, «Nådeløs pizza-slakt,» *Dagbladet*, 23.07.1987, 14-15.

⁸⁵ Elin Fossum og Kurt Johan Sivertsen, «Mor Garndiosa,», 11.02.2010.

⁸⁶ Ivar Frønes og Andreas Hompland, *Kanskje kommer kongen : hjemme hos oss Norge rundt* (Oslo: Cappelen, 1985), 39.

⁸⁷ «‘Norges mest spiste pizza’,», *Sunnmørsposten*, 24.05.1985, 15.

⁸⁸ «Ipsos norske spisefakta 2022» Telefonsamtale med John Spilling.

det kommer til forbruk av frossenpizza helt fra midten av 80-tallet og frem til i dag, må derfor i stor grad tilskrives Grandiosa.

Som beskrevet i forrige kapittel ble pizzaen først forsøkt plassert inn i allerede eksisterende strukturer i norske matvaner. I denne perioden ser vi enda en fornorsking av pizzaen, men på et annet grunnlag enn tidligere. Pizza hadde blitt fast inventar på middagsbordet i helgen, og retten ble i stor grad laget med norske ingredienser. I likhet med mer klassisk amerikansk pizza og pai, ble retten servert med en tykkere bunn og topping av kjøttdeig, løk og gulost. Både Grandiosa og den hjemmelagede pizzaen på 80-tallet i de norske hjem ble dermed noe «eget norsk». I dag er denne langpannepizzaen en rett som mange nostalgisk forbinder med barndom på 80-tallet. Et eksempel på nostalgien knyttet til nettopp denne norske pizzaen er oppskriften fra den populære matbloggen gladkokken.no «Familiepizza – En av mine beste matminner fra barndommen.» Forfatteren, Jan Henrik Syversen, beskriver denne type pizza som en rett som «... vekker gode barndomsminner!» og som er «... nostalgi og matglede ...»⁸⁹ for ham. Et annet eksempel er en oppskrift publisert på coop.no titulert «klassisk langpannepizza i 80-tallsstil». Nostalgien rundt langpannepizzaen beskrives her på følgende måte: «På 80-tallet ble det liksom ikke ordentlig lørdag om ikke langpannepizzaen kom på bordet.»⁹⁰ Disse eksemplene viser hvordan akkurat denne fornorskede varianten av pizza fikk en spesiell rolle i norske hjem på 80-tallet, og at pizzaens rolle som helgemat ble spesielt sterkt knyttet til denne pizzaen.

4.3 Fiende av folkehelse og symbol på forfall

Til tross for nordmenns skepsis til dypfryseren da den først ble introdusert (se kapittel 2), preges 80- og 90-tallet av et stadig økende utvalg og forbruk av halv- og helfabrikkert matprodukter, som posesupper og frossenmat. Samtidig som «fast food» og annen prosessert mat vokste i popularitet, ble det også en økende oppmerksomhet om kosthold og negative holdninger knyttet til «amerikanisering» av norske matvaner. Dette kan sees som en reaksjon på den økende tilgangen til forbruksgoder i samfunnet, der bekvemmelighet og tidsbesparelse ble vektlagt på bekostning av tradisjonelle verdier knyttet til matlaging og et sunnere kosthold. En rekke



Figur 5: Dagbladet, 28.08.1996, s. 1

avisartikler i denne perioden setter søkelys på den voksende trusselen frossenmaten utgjorde for norske matvaner. I sentrum av denne diskusjonen står frossenpizzaen.

Et eksempel som illustrerer dette er et innlegg i Dagbladet fra 1996 titulert «Ferdigmat gjør oss til matanalfabeter», med de beskrivende undertitlene «mye pizza usunt» og «truer folkehelsen». Forsiden på denne utgaven av Dagbladet har dette som hovedoppslag, og er i likhet med selve artikkelen veldig negativt vinklet: «Her er dine matvaner: Fett, fort og farlig». Bildet på forsiden (se figur 5) som viser en mann som aggressivt trykker i seg et stykke pizza, forsterker negative konnotasjoner knyttet til retten. Ernæringsprofessor Christian Drevon fra Universitetet i Oslo, og medlem i Statens Ernæringsråd, advarte mot «pizzafeberen». Han presiserte at det ikke er et problem at pizzaen er frossen, men at det er høyt fettprosent i osten. Drevon uttaler videre at «ferdigkjøpt fingermat lettere fører til ensidig kosthold. Dessuten blir basiskunnskapene om mat dårlige.»⁹¹ Gjennomgående i artikkelen trekkes pizza frem som syndebukken, og som den retten som symboliserer et forfall i nordmenns matvaner. Som lege Gunn-Elin Bjørneboe, datidens direktør for Statens Ernæringsråd, uttaler: «Blir det mange pizzaer i uka og lite grønnsaker, er det svært uheldig ernæringsmessig.» Denne uttalelsen illustrerer hvordan pizza blir synonymt med usunn mat. «Pizzaer» kunne ha vært erstattet med en rekke andre matretter som ansees som usunne, slik som hamburger, pølser eller frityrmat, uten at det hadde endret innholdet i det som ble sagt. Uttalelsen skiller heller ikke mellom hjemmelaget pizza eller frossenpizza. Retten brukes generelt som et synonym på det usunne. Dette til tross for at det er store ernæringsmessige forskjeller på en frossenpizza som Grandiosa, og en hjemmelaget pizza der du selv velger toppingene. I denne norske konteksten forsvinner disse nyansene.

Pizzaen blir i løpet av 80- og 90-tallet både en rett som er så godt etablert i norske matvaner at den anses som en del av norsk matkultur, samtidig som rettens status som «junk food» fører til at den anses som en trussel mot norsk matkultur. I Tidens Krav fra 15.10.93 er det en artikkel om lanseringen av kokeboken *Vårt norske kjøkken*, som beskrives som en hyllest til norsk matkultur. Forfatteren av boken beskriver norsk matkultur som «... en matkultur som i dag er delvis erstattet med pizza, fast-food og alskens lettvinde løsninger.»⁹² Utsagnet viser en frykt for at pizza skal erstatte mer tradisjonell norsk mat. I sin spalte «Kalvøkaden» i Arbeideravisen

⁹¹ Jane Throndsen, «Ferdigmat gjør oss til MAT-ANALFABETER,» *Dagbladet*, 28.08.1996, 18-19.

⁹² Thor A. Brun, «'Vårt norske kjøkken' godt mottatt,» *Tidens Krav*, 15.10.1993, 3.

fra 03.09.94 harselerer Are Kalvø med tanken om at norsk matkultur stod i fare hvis Norge ble medlem a EU: «Og kva med den tradisjonsrike laurdags-pizzaen og mikro-lasagnen som gjer oss så stolte av å vere norske? Kjem dei til å ta frå oss dette erke-norske dersom vi blir EU-medlemmar, og i staden tvinge oss til å ete suspekt degos-mat frå Sør-Europa?»⁹³ Kalvø ironiserer over det forhold at norsk matkultur på 90-tallet allerede var så dominert av utenlandsk mat som pizza og hamburger at frykten for å miste tradisjonelle norske matvaner ikke var reell. De var i realiteten allerede tapt.

4.4 «Folkelig» pizza – i opposisjon til «den gode smak»

«For den som har ambisjoner om høyere sosial eller kulturell kapital, er det viktig at mat- og spisevaner er eksklusive, eksotiske og ekskluderende. Disse individenes beskrivelse av mat er gjerne mettet med hoveringer over den folkelige maten.»⁹⁴ Dette konkluderer Annechen Bugge med i sin artikkel «Den sosiale appetitten: Mat, klasse og identitet» som ser på mat som et symbolsk uttrykk for klasse. I denne perioden mister pizza sin rolle som et statussymbol for middelklassen – men hva er det som fører til denne endringen?

Bourdieu's teori om smak som markør for klasseidentitet ble beskrevet i forrige kapittel for å forklare hvordan middelklassen brukte pizzaen som kulturell kapital for å opprettholde og tydeliggjøre et sosialt klasseskille. Teorien er fortsatt relevant når det gjelder pizzaens status i smakshierarkiet i denne perioden – men nå med motsatt fortegn. Pizza utviklet seg nå til å bli et produkt som i stor grad ble unngått av gruppen som tidligere omfavnet retten. Pizzaen gikk fra å anses som «god smak» til «avsmak». Bugge tolker Bourdieu til at smak ikke bare handler om preferanser og det du faktisk velger å forbruke – men også det du *ikke* velger. Smak beskrives også ut ifra avsky, avsmak og intoleranse. Individuer konsumerer mat for å uttrykke sin smak, og derigjennom vise hvordan de ønsker å fremstå og opprettholde sosiale distinksjoner. Men det er like viktig å ta tydelig avstand fra andres smak for å oppnå det samme.⁹⁵

Det at pizzaen blir langt mer folkelig utover 80- og 90-tallet er en av flere årsaker til at retten faller lengre ned i «smakshierarkiet», og ikke lenger blir brukt for å signalisere klassesetilhørighet av grupper med høy kulturell kapital. Når pizzaen blir allemannseie som en etablert rett i norske

⁹³ Are Kalvø, «Den fæle framtida,» *Arbeiderbladet*, 03.09.1994, 32.

⁹⁴ Annechen Bugge, «Den sosiale appetitten : Mat, klasse og identitet,» (Oslo: Universitetsforl., 2010), 143.

⁹⁵ *Ibid.*, 135.

matvaner, er den ikke lenger ansett som eksotisk og spennende. Da pizzaen kom til Norge var nordmenn i liten grad eksponert for utenlandsk mat, og kanskje spesielt med tanke på den maten nordmenn flest serverte og spiste hjemme. Siden den gang har norske matvaner fått langt flere matimpulser fra andre land; sushi, taco, kebab, wok-retter og mer.⁹⁶ Middelklassegrupper som er høye på kulturell kapital opprettholder distinksjonen ved å kultivere smak for eksotisk og utenlandsk mat.⁹⁷ Denne gruppen kunne ikke lenger «bruke» pizza for å skille seg fra den gemene hop, ettersom pizza var nettopp det folk flest spiste. Det gikk heller ikke an å bruke pizza for å projisere en ide om å være «spennende og interessant», ettersom pizza nå var blitt helt vanlig og ordinært – noe som definitivt ikke var egenskaper denne gruppen ønsket å assosieres med. I løpet av perioden mistet pizzaen sin status som eksotisk og ekskluderende – og eksklusiv har den egentlig aldri vært. Når pizzaen mister sin rolle som sosial markør er den ikke lenger attraktiv for den ambisiøse middelklassen som ønsker høy kulturell kapital.

I tillegg til å være folkelig og etablert, ble det i denne perioden, som beskrevet i 4.5, også knyttet andre negative egenskaper til pizza som gjorde at retten falt i smakshierarkiet, og dermed gikk fra å være en rett med høy til lav kulturell kapital. Mat med lav kulturell verdi er assosiert med den «uutdannete» og «usofistikerte» smaken til lavere sosiale klasser. Eksempler på dette er «ikke-autentisk» vestlig tilpasset etnisk mat og industrielt masseprodusert mat.⁹⁸ Pizzaen som var populær i denne perioden oppfylte nettopp disse ufordelaktige kriteriene. Frossenpizza som Grandiosa var både tilpasset norsk smak, og industrielt masseprodusert, noe som igjen ga retten svært lav kulturell verdi. Den gruppen som i størst grad er opptatt av å ikke bli assosiert med denne typen mat er samme sosiale gruppe som omfavnet pizzaen som eksotisk festmat da den først kom til Norge. Det vi kan kalle «matsnobbene» fra middelklassen – uttaler at de spiser «alt» - bortsett fra «fast food».⁹⁹

Som beskrevet i forrige kapittel, er det en tendens til å overføre egenskaper ved smak til egenskaper ved individer i en sosial gruppe. De som spiser spennende og eksotisk mat, har en tendens til å anse seg selv som eksotiske og spennende individer. På samme måte overføres også negative konnotasjoner knyttet til mat og smak. Forskning viser at mennesker knytter mye av sin egen og andres identitet til om maten de spiser er sunn eller usunn. Dette er blant annet

⁹⁶ Bugge, *Fattigmenn, tilsørte bondepiker og rike riddere*, 399.

⁹⁷ Alan Beardsworth og Teresa Keil, *Sociology on the menu : an invitation to the study of food and society* (London: Routledge, 1997), 88.

⁹⁸ de Solier, *Food and the self : consumption, production, and material culture*, 55.

⁹⁹ *Ibid.*, 61.

dokumentert i en undersøkelse utført av Stein og Nemeroff i 1995. Forsøkspersonene ble her presentert bilder av mennesker med svært likt utseende, som så skulle rangeres ut hva slags mat de foretrakk å spise. Hvert par var delt inn i en person som spiste sunn mat, mens den andre spiste usunn mat. Studien viste at vi assosierer negative egenskaper ved dem som spiser «junk food», mens vi assosierer fordelaktige egenskaper ved dem som spiser sunn mat. De individene som foretrakk «junk food» ble også regnet som mindre attraktive – til tross for svært likt fysisk utseende som sin «sunne» ekvivalent.¹⁰⁰ På bakgrunn av dette er det ikke urimelig å anta at mange i denne perioden ønsket å unngå å bli knyttet til de negative egenskapene som ble knyttet til pizza. Dermed ble det også mer naturlig å unngå å gi uttrykk for å like pizza generelt eller Grandiosa spesielt.

En annen forklaring på hvorfor noen grupper i samfunnet unngikk å bli assosiert med en matrett som Grandiosa, er at det ble ansett som en usunn og fet rett. Bourdieu beskriver hvordan sunn og usunn mat er knyttet opp til klasses tilhørighet. Smakspreferansene til individer med høy status lener seg mot det «lette, raffinerte og delikate», som bidrar til å skille dem fra det populære – arbeiderklassesmaken som heller lener seg mot det «tunge, fete og grove» (som Grandiosa). Over- og middelklassen verdsetter en slank figur og raffinert kosthold.¹⁰¹ I kontrast til dette vektlegger arbeiderklasse i større grad å kunne «unne seg noe ekstra», bruker en større andel av inntekten sin på mat, og konsumerer større kvantum brød og mat med høyt fettinnhold. Bourdieus mener dette kan knyttes til de forskjellige klassenes oppfatning av kropp og matens effekt på kroppen. Arbeiderklassen vektlegger viktigheten av en fysisk sterk kropp, og da er det viktig med billig næringsrik mat for å opprettholde en sterk fysikk. I motsetning til dette verdsetter høyere klasser smakfull, sunn og helsefremmende, lett og ikke-fetende mat fordi en slank kropp verdsettes i høyere grad.¹⁰² Til tross for Bourdieus undersøkelse ble gjennomført på 60-tallet i Frankrike, er det mange likheter med den norske konteksten. Utover 90-tallet er pizzaen knyttet opp mot det «tunge og fete», og er langt unna det «lette raffinerte og delikate.»

Alle disse elementene er altså med på å forklare at pizzaen mister sin status. Det blir en folkelig rett som alle har tilgang til, og blir også markedsført og omtalt på denne måten.- Grandiosa og langpannepizzaen ble ansett som «norske» – som etnisk mat tilpasset den norske gane. Retten

¹⁰⁰ Gina M Almerico, «Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity,» *Journal of International Business and Cultural Studies* 8(2014): 5.

¹⁰¹ Bourdieu, *Distinction : a social critique of the judgement of taste*, 179.

¹⁰² *Ibid.*, 185.

ble ansett som usunn, fet og enkel, og ble industrielt prosessert. Alle disse aspektene ved pizza, og da spesielt Grandiosa, bryter med de aspektene ved mat som blir verdsatt av gruppen som bruker mat som kulturell kapital. De som ikke hadde tid eller overskudd til å lage avanserte middagsretter fra bunnen av og som ikke hadde råd til eksklusiv mat, blir ekskludert fra matsnobbenes verden gjennom mat. Hvordan pizzaens rolle, og ikke minst status, i det norske samfunnet endrer seg så drastisk fra den ene perioden til den andre er et godt eksempel på hvordan hva samfunnet anser som «god smak» er i stadig endring. Høyere sosiale grupper utvikler ny smak og preferanser for å opprettholde distinksjonen til lavere sosiale grupper.

4.5 Pizza som ungdommens matopprør

En annen gruppe i samfunnet som virkelig har trykket pizzaen til sitt bryst, er ungdommen. I Norge blir pizzaen ansett som ungdommens mat, og det er på 80- og 90-tallet denne oppfatningen virkelig får fotfeste. Ifølge Bugge og Døving velger ungdom bevisst et måltidsmønster som skiller seg fra den generelle oppfatningen av hva som er "ordentlig mat" for å uttrykke uavhengighet fra foreldrene.¹⁰³ Ungdom bruker mat som en måte å markere en kontrast mellom seg selv og voksenbefolkningen, og pizza blir ofte nevnt som et eksempel på en slik matrett. Dette fenomenet kan også forstås i lys av ungdommens behov for å utforske sin identitet og skape sin egen stil og smak. Ved å velge mat som er annerledes enn det som tradisjonelt har blitt sett på som "ordentlig" eller akseptert, kan ungdommen signalisere at de har egne preferanser og en egen vilje. Samtidig kan dette også forstås i lys av den økende tilgjengeligheten av billigere pizza og annen hurtigmat på 80- og 90-tallet, som førte til at pizzaen ble en del av det daglige kostholdet til mange ungdommer. Dette kan ha bidratt til at pizza ble et symbol på ungdomskultur og motkultur, og et uttrykk for ungdommens vilje til å bryte med tradisjoner og normer. «Typisk ungdomsmat (hamburger, pizza, take aways) nettopp gir de unge assosiasjoner til frihet, fornøyer, selvstendighet, og det å være sammen med venner.»¹⁰⁴

Bugge og Døving argumenterer for at pizzaen gikk fra å være et symbol på ungdommens matopprør på 70-tallet, til å symbolisere en samlende familierett på lørdager på 80-tallet.¹⁰⁵ Det er imidlertid flere trender som utspiller seg i parallell og bidrar til å nyansere dette bildet. Pizzaen som ble vanlig på 70-tallet (som Peppes pizza) kan nok sies å symbolisere

¹⁰³ Bugge og Døving, *Det norske måltidsmønsteret : ideal og praksis*, nr 2-2000, 130.

¹⁰⁴ Ibid., 129.

¹⁰⁵ Ibid., 47.

ungdommelig matopprør, mens den hjemmelagde pizzaen som ble spist på lørdager (langpannepizzaen) ble et symbol på en samlende familierett. På den annen side var frossenpizzaen, som ikke ble populær før på 80-tallet, og mange av de nye pizzakjedene som dukket opp på 80- og 90-tallet, også del av en «ungdommelig» matbølge. Bugge skriver at de unge anses som «tradisjonsforvaltere» og «nyskapere» innenfor matvaner. Pizzaen blir i overgangen fra 70- til 80-tallet adoptert av unge mennesker som en del av deres rolle som nyskapere. Senere vil vi se at de unge som har vokst opp med pizza på lørdager bringer denne tradisjonen videre til yngre generasjoner – da i sin rolle som tradisjonsforvaltere.

Kombinert med den mer generelle frykten i samfunnet for amerikanisering, manifesterte det seg også en tanke om at ungdom kom til å spise samme mat når de vokser opp, slik at det som ble ansett som mer tradisjonell norsk matkultur kom til å forsvinne, ifølge Døving.¹⁰⁶ Denne tankegangen var en del av den mer overordnede frykten for tap av norsk matkultur, og pizzaen som en trussel mot denne, som er beskrevet lengre opp. Etersom pizza i dag er den mest spiste matretten i Norge (10% av alle middager)¹⁰⁷ kan det argumenteres for at den nevnte frykten hadde noe hold i seg. Likevel er det fortsatt slik at en større andel av unge (15-24 år) i dag spiser frossenpizza to ganger i måneden eller mer, enn den generasjonen som var de unge da denne debatten foregikk (40-59 år) (41% mot 29%).¹⁰⁸ Når det kommer til andelen som spiser hjemmelaget pizza to ganger i måneden er andelen 45% for begge aldersgruppene. Dette viser at til tross for at unge tar med seg noen av sine matvaner når de blir voksne, er nettopp frossenpizzaen eksempel på en rett der forbruket var og er størst blant den yngre delen av befolkningen. Dette forbruksmønsteret er naturlig med tanke på egenskapene ved retten som passer godt til mange unge menneskers livssituasjon. Pizza egner seg for å spise alene, og kjennetegnes ved (relativt) lav pris, rask og enkel tilberedning, og stiller heller ikke særlig krav til forkunnskaper når det gjelder matlaging.

4.6 Kommersielle tv-kanaler – gjennombrudd for markedsføringen av pizza

I 1988 kommer den første kommersielle TV-kanalen TVNorge, og 1992 kommer TV2. Dette åpner opp for et nytt marked for reklame i Norge, noe som innebar at pizzaprodukter ble markedsført på en helt annen måte, og i enda større grad enn tidligere. Fra slutten av 80-tallet og utover 90-tallet var det mange aktører som fremmet pizza som en rask og praktisk

¹⁰⁶ Døving, «Rype med lettøl : en antropologi fra Norge,» 196.

¹⁰⁷ «Middagsdagboken 2019» Telefonsamtale med John Spilling, 31.03.2023.

¹⁰⁸ «Ipsos norske spisefakta 2022» Telefonsamtale med John Spilling.

matløsning som var tilgjengelig for alle i mange forskjellige smaker og varianter. Det var også vanlig å bruke kjente personer fra norsk offentlighet, eller situasjoner folk kunne kjenne seg igjen i, for å skape oppmerksomhet og engasjement rundt produktet. Et eksempel på dette er Grandiosa-reklamen fra desember 1996 med det kjente bandet «Vazelina Bilopphøggers». I reklamen sitter bandet på julaften og snakker om all julematen de har spist, og planlegger enda en middag for kvelden med tradisjonell norsk julemat, da frontfiguren i bandet, Eldar Vågan, foreslår at «... skal vi ikke heller ta en slik pizza Grandiosa?»¹⁰⁹ - noe som blir mottatt med stort engasjement. Videre sier Vågan: «alle elsker Grandiosa» og på skjermen er det skrevet «vi snakker ekte kjærlighet». Reklamen var en del av Grandiosas langvarige og suksessfulle kampanje som fremmet Grandiosa-pizzaen som en helnorsk favoritt. Ved å knytte pizzaen til en høytid som i stor grad var assosiert med kos og tid med familien, samtidig som de spilte på kjærlighet, skapte de sterke assosiasjoner for forbrukeren. I tillegg til dette brukte de et band som sang norsk, og attpåtil på en dialekt som for svært mange oppfattes som «typisk norsk». Reklamen med det populære bandet som er kjent for humoristiske tekster på Toten-dialekten ble en slager, og har blitt vist på tv rundt juletider hvert år siden reklamen først ble lansert.

En annen pizza-reklame som har blitt et populærkulturelt fenomen er reklamen for «Pizzafyll» fra Trøndermat (nå Terina) som ble sendt tidlig på 90-tallet. I reklamevideoen rapper en ung gutt på trønderisk om å komme hjem fra skolen og kunne lage pizza selv «like god som mors» ved hjelp av «P-p-p-pizzafyll» – Hermetikk med ferdiglaget kjøttblanding til å ha på pizzaen.¹¹⁰ I boken *Forbrukeratferd* brukes reklamen som et eksempel på å forklare «kommersielt», og beskrives videre som «et halvhjertet forsøk på å ri hiphopbølgen som hadde kommet til landet.»¹¹¹ Reklamen appellerer helt tydelig til ungdom med rap og hiphop-klesstil. Igjen blir pizza-produktet presentert som en rask og enkel matløsning, som i tillegg kunne lages av en ung gutt. Til tross for at reklamen kritiseres for å være «et halvhjertet forsøk på å ri hiphopbølgen», er den i ettertid blitt en godt husket reklame som for mange forbindes med tidlig 90-tall. Nettsiden 730.no, som ifølge dem selv er «Norges største nettside for popkultur», beskriver reklamen som «norsk pophistorie på sitt mest ikoniske» i artikkelen som beskriver norske musikkvideoer «vi aldri glemmer».¹¹²

¹⁰⁹ «Grandiosa original Vazelina Jul,», https://www.youtube.com/watch?v=Vlkh8IS1jRc&ab_channel=GRANDIOSA.

¹¹⁰ «P-P-P-PIZZAFYLL!», https://www.youtube.com/watch?v=BHnMo-6yMXY&ab_channel=TeamSupremeAlpha.

¹¹¹ Asle Fagerstrøm et al., *Forbrukeratferd*, 1. utgave. utg. (Oslo: Gyldendal, 2020).

¹¹² 730.no, «Norsk musikk: 9 videoer 730.no aldri glemmer,» <https://730.no/mira-craig-og-andre-norske-musikkvideoer-vi-aldri-glemmer/>.

I sum fremstilte TV-reklamene på 80- og 90-tallet pizza som et folkelig, ungdommelig og ikke minst – norsk – matvalg. På denne måten kan de også sies å ha gitt sitt bidrag til at pizzaen har blitt en varig del av norsk matkultur. Denne trenden innenfor markedsføring av pizza fortsetter, og når sin høyde på midten av 2000-tallet. Pizza-reklamer som hadde stor populærkulturell innflytelse, sees derfor enda nærmere på i neste kapittel.

4.7 Oppsummering

I dette kapittelet har vi sett hvordan pizza utviklet seg fra å være et eksotisk festmåltid for middelklassen til å bli en folkelig rett som ble sett på som et symbol på forfall og en fiende av folkehelsen. Opplevelsen av dårligere tid, og mer tid lagt til fritidsaktiviteter, er med på å forklare hvorfor nordmenn var pengerike, men opplevde at de var tidsfattig. Dette er også med på å forklare hvorfor forbruket av frossenpizza kunne øke i denne perioden med økt velstand. I realiteten økte forbruket av *alle* former for pizza – frossenpizza, hjemmelaget pizza, pizza spist på restaurant, og ikke minst var dette perioden der vi ser starten på hjemlevering av pizza. Til tross for mange negative konnotasjoner knyttet til retten, ble den også en enda tydeligere helgemiddag, og det utviklet seg en «norsk» hjemmelaget pizza som satte dype spor som familiemåltid. Grandiosa kom i 1980, og ble et nytt brytningspunkt i norsk matkultur. Nordmenn ble den nasjonen i verden som spiste mest frossenpizza, og her var Grandiosa i førersetet

Pizzaen blir en folkelig og velkjent rett. Dette gjør at retten ikke lenger kan brukes av grupper med høy kulturell kapital for å adskille seg fra lavere klasser. Det at pizzaen blir folkelig innebærer også at den ikke lenger anses som «god smak». Like viktig som dette er det faktum at pizzaen blir ansett som en usunn, fet, og enkel rett. Endringen av pizzaens rolle og status i det norske samfunnet viser hvordan høyere sosiale grupper utvikler nye smaker og preferanser for å opprettholde distinksjonen til lavere sosiale grupper. Denne utviklingen fortsetter videre utover 2000-tallet, der matsnobbenes posisjon blir enda tydeligere.

5 Jakten på den «Autentisk» pizzaen: 2000 til i dag

Det første tiåret etter årtusenskiftet blir ofte omtalt som norsk gullalder i økonomisk og sosial kontekst. Nordmenn levde i velstand og med en sosial trygghet svært få andre land i verden kunne skilte med – noe som førte til flere utviklinger i pizzaens rolle. På 2000-tallet begynner Grandiosa for fullt å omtales som «den nye nasjonalretten». Samtidig som frossenpizzasalget øker, tiltar interessen for helse og kosthold i denne perioden. Matsnobben inntar det norske kjøkkenet for fullt, og oppmerksomheten rundt «autentisk» pizza tar av – både hjemme og ute på restaurant. Det utvikles et stort gap mellom de ulike variantene retten opptrer i: fra svært enkle og lett-tilgjengelige pizzastykker i kiosk, til langt mer eksklusive og avanserte. Dette reiser spørsmålet om hvor disse forskjellige variantene plasserer seg i smakshierarkiet i dag.

Denne perioden er i stor grad preget av en økende andel internasjonal mat i nordmenns kosthold (italiensk, meksikansk, indisk, japansk og amerikansk). Det eneste som opplever en synkende interesse, er det tradisjonelle norske kjøkkenet. Likevel er det fortsatt det nest mest populære – rett etter det italienske.¹¹³ Etter over 60 år i landet er det pizza som står for hele 10% av alle middager i landet.¹¹⁴ Grandiosas popularitet fortsetter å øke utover 2000-tallet. I tillegg blir reklamekampanjene til frossenpizzaen populærkulturelle fenomener, og retten befester seg enda tydeligere som en del av den norske matkulturen. Reklamefilmene som «full pakke» og «respekt for Grandiosa» oppnår en voldsom popularitet, og sangene i reklamefilmene blir landeplager som mange forbinder med tydelige symboler på populærkultur i Norge på 2000-tallet.

Som tidligere beskrevet har pizzaen vært gjennom en reise når det kommer til rettens posisjon i smakshierarkiet, fra eksotisk festmat for middelklassen, til å bli en rett som var synonymt med «junk food» og et symbol på forfall på 80- og 90-tallet. I løpet av denne perioden falt pizzaens verdi fra topp til bunn i kulinarisk kapital. Introduksjonen av den «ekte napolitanske pizzaen» på restauranter og i norske hjem fører til at denne versjonen av retten igjen oppfattes som eksklusiv festmat for høyere sosiale grupper. Faktisk er det slik i Norge i dag at jo mer man tjener, jo mer pizza spiser man.¹¹⁵ Videre kan vi se at innenfor grupper som er spesielt interessert i matlaging står napolitansk pizza i høysetet, og oppskriftene og kravene til retten

¹¹³ «Ipsos norske spisefakta 2022» Telefonsamtale med John Spilling.

¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ Ibid.

blir stadig mer avansert – på grensen til vitenskapelige. Den samme utviklingen ser vi blant de mest populære matbloggene i landet.

5.1 Den norske gullalder – velstand og medfølgende endring i matvaner

Den norske gullalderen fører til at nordmenns matvaner opplever et løft. Interessen for matlaging og god kvalitet på råvarer øker. Det gjør også antallet nordmenn som spiser ute på kafe eller restaurant. Til tross for nordmenns økte interesse for mat, sank andelen av husholdningsbudsjettet som ble brukt på mat fra 50-tallet og frem til 2011 fra 40% til 12%. Men det at nordmenn brukte en lav andel av husholdningsbudsjettet på mat er først og fremst et kjennetegn på økt velstandsnivå.¹¹⁶ Bugges undersøkelse fra 2015 viser at tre av ti mener de har matlaging som hobby, og over halvparten svarte at de var meget eller ganske interessert i matlaging.¹¹⁷ Dette stemmer godt overens med Ipsos undersøkelse over nordmenns matvaner. Undersøkelsen, som har blitt gjennomført annen hvert år fra 1987 til 2021, viser at andelen som spiser hjemmelaget pizza har vært stadig økende fra 1987. Det blir altså bare mer og mer populært å spise pizza hjemme. Rettens økende popularitet sørger for at nordmenn ikke «bare» er det landet i verden som spiser mest frossenpizza per person, men også den nasjonen som spiser mest pizza per person generelt.¹¹⁸ Norge har dermed gjort seg fortjent til tittelen som verdensmestere i pizza. Det kjente sitatet til Gro Harlem Brundtland «det er typisk norsk å være god», kunne like gjerne sagt «det er typisk norsk å like pizza».

Den økte velstanden og matinteressen fører også til at nordmenn begynner å spise utenfor hjemmet i langt større grad enn tidligere. Fra begynnelsen av 1970 og frem til midten av 2000-tallet var det en tredobling av utgifter til restaurant- og hotelltjenester. Andelen av det totale forbruket som gikk til å spise ute økte tilsvarende, og andelen til mat i hjemmet ble betydelig redusert. Det å spise ute ble en del av nordmenns hverdagsliv. Syv av ti spiste ute et par ganger eller oftere i måneden, ikke medregnet kantine på skole eller jobb. Yngre (under 40 år) spiste oftere utenfor hjemmet enn de eldre; hele 36% i denne gruppen spiste ute en gang i uken eller oftere. De som bodde i Oslo, spiste betydelig oftere ute enn innbyggere i resten av landet - nesten halvparten av hovedstadsinnbyggerne spiste ute ukentlig¹¹⁹. Mest besøkt av alle restauranter var pizzarestaurantene – i 2007 svarte 57% av befolkningen at de hadde spist på

¹¹⁶ Rauan, «Utgiftsandelen til mat og drikke høyest i lavinntektsland».

¹¹⁷ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 480.

¹¹⁸ Maria Wahlberg, «Normännerna världsbäst på att äta pizza,» *SvD Näringsliv*, 12.01.2005.

¹¹⁹ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 494.

pizzarestaurant de siste to siste månedene. Dette kommer også tydelig til uttrykk i antallet pizzarestauranter som dukker opp i bybildet.¹²⁰

Pizza blir tydelig etablert som kiosk-mat i løpet av perioden, og gigantene i norsk kontekst får videre styrket sin rolle gjennom denne prosessen: Peppes pizza serveres som «on the go» hos Circle K,¹²¹ og Grandiosa selges per stykke på Narvesen.¹²² Videre etableres det en rekke italienske pizzarestauranter utover 2000-tallet. Eksempler på dette er Villa Paradiso som åpnet sin første filial på Grünerløkka i Oslo i 2004, og som nå har syv restauranter (fem i Oslo, en i Fredrikstad og en i Bergen). Restaurantkjeden vil at «... flere kan oppleve hva napolitansk pizza og autentisk italiensk matkultur har å by på.»¹²³ Dette er en flere pizzarestaurantkjeder som satser på den napolitanske pizzaen. Olivia åpnet i 2006 og har nå restauranter over hele landet og to i Sverige. Restauranten hevder å ha én felles visjon: «å servere den beste pizzaen utenfor Italia.»¹²⁴ - for hvem våger vel utfordre pizzaens hjemland? Lofthus Samvirkelag åpnet i 2010 og har et tydelig satsningsområde: «8 nabolagsrestauranter. Med de beste råvarene.»¹²⁵ Restaurantens nettside går videre med å liste opp hvor de får tak i råvarene de bruker, og avslutter med at «det skal i hvert fall ikke stå på råvarene!»¹²⁶ Lofthus skiller seg på noen områder ut fra mange av de andre populære pizzarestaurantene. Disse virker å ha et mål om å servere pizzaer som er så like som mulig den opprinnelige pizzaen i Italia, uten å bevege seg en millimeter fra de tradisjonelle pizzatoppingene. I motsetning til dette er pizzaene som serveres på Lofthus rotfestet i den napolitanske pizzaen, og menyen inneholder en rekke av de «klassiske» pizzavariantene, men har også beveget seg i retning av en form for «gourmet-pizza» med norske toppinger: Pizza med løyrom, reinsdyr, hjort eller klippfisk.¹²⁷ Gullalderen i sosial og økonomisk forstand på 2000-tallet hadde dermed en stor innvirkning på pizzaens rolle i norske matvaner – både i hjemmet og på restaurant.

Til tross for mange og store endringer i pizzaens rolle i løpet av denne perioden, opprettholder pizzaen sin posisjon som symbol på skille mellom hverdag og helg. Pizza blir spist gjennom hele uka, men er fortsatt kongen av lørdagsmiddagen (se fordelingen på ukedagene i figur 6).

¹²⁰ Ibid., 495.

¹²¹ Circle K, «Peppes On The Go hos Circle K,» <https://www.circlek.no/mat/peppes-on-the-go>.

¹²² Narvesen, «Har du prøvd Grandiosa på farten?,» <https://narvesen.no/produkter/pizza>.

¹²³ Villa Paradiso, «La storia di Villa Paradiso,» <https://www.villaparadiso.no/artikler/historien>.

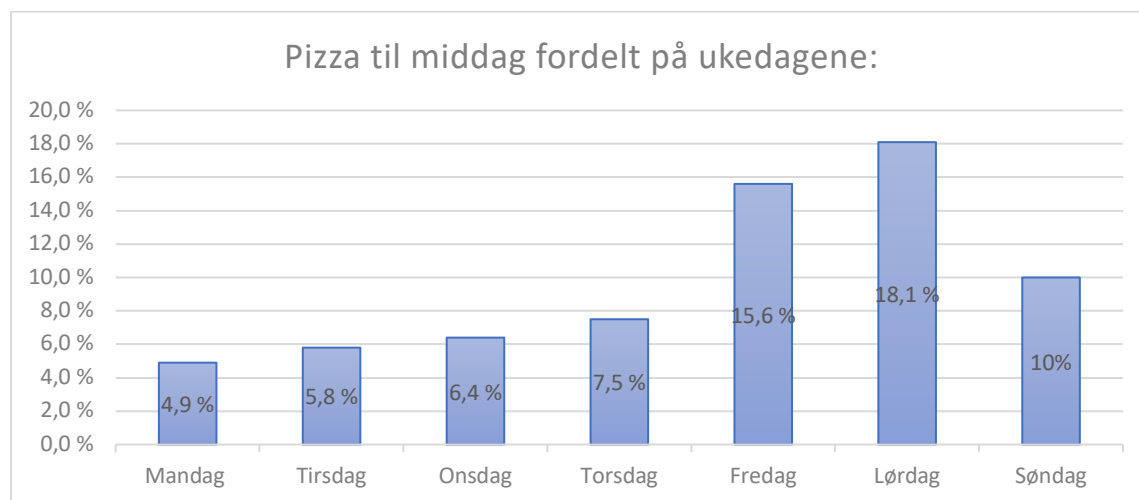
¹²⁴ Olivia, «Historien om Olivia,» <https://oliviarestauranter.no/om-oss/>.

¹²⁵ Lofthus samvirkelag, «Forside,» <https://www.lofthussamvirkelag.no/>.

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Eirik Sevaldsen, Håvard Gjølseth, og Lofthus samvirkelag, *Pizza* (Oslo: Aschehoug, 2018), 154-155.

Selv om fredager ofte blir omtalt som «tacofredag» på grunn av den høye andelen nordmenn som spiser taco denne dagen, spises det like mye pizza som taco på fredager.¹²⁸



Figur 6: Tallene er hentet fra undersøkelsen "Middagsdagboken 2019" utført av Ipsos

5.2 Grændis – det norske mysteriet

På 2000-tallet fortsetter populariteten til Grandiosa å vokse. Slutten av 90-tallet frem til midten av 2000-tallet var generelt gode år for frossenpizza, ikke minst for Grandiosa.¹²⁹ Ved utgangen av 2021 står Grandiosa for 50% av frossenpizza-markedet,¹³⁰ og Norge er fortsatt det landet i verden som spiser mest frossenpizza per innbygger. Dette reiser spørsmålet om det er Grandiosaen som har bragt nordmenn til topps på denne rangeringen.

Rettens særstilling i norsk matkultur styrkes videre utover 2000-tallet. Mye av denne utviklingen kan nok delvis tilskrives en serie vellykkede markedsføringskampanjer, som har bidratt til å plassere Grandiosaen høyt i det norske folks bevissthet.

I 2001 lanserer Grandiosa for første gang en ny smak: Grandiosa mild taco. Taco hadde på dette tidspunkt blitt veldig populært i Norge, og Grandiosa slenger seg på taco-bølgen. Dette er den første av mange ulike smaksvarianter av Grandiosa som blir lansert utover 2000- og 2010-tallet. I 2004 kommer Grandiosa med en markedsføringskampanje med navnet «folket bestemmer – det store pizzavalget» der det ble lansert to smaker på markedet: biff og løk og pepperoni. De to smaksvariantene var tilgjengelige i butikkene noen måneder før det ble holdt et valg der folket skulle bestemme hvilken smak som fikk bli. Over 200 000 stemmer ble sendt inn, og kjøttdeig og løk gikk av med seieren. Pepperoni-pizzaen ble også lansert på markedet

¹²⁸ «Middagsdagboken 2019» Telefonsamtale med John Spilling.

¹²⁹ «Ipsos norske spisefakta 2022» Telefonsamtale med John Spilling.

¹³⁰ Ibid.

igjen på grunn av høy etterspørsel fra forbrukerne.¹³¹ Dette er en av flere reklame-kampanjer Grandiosa gjennomfører der folket kan være med på å bestemme hvilke produkter som skal selges. Ved å bruke slike kampanjer, styrker Grandiosa sin posisjon som et folkelig produkt, samtidig som forbrukerne tar eierskap til produktet. Dette bidrar til å videreføre Grandiosas merkevare som en folkelig favoritt.

Låten «Respekt for Grandiosa» ble laget til reklamefilmen for Lørdagspizza som ble lansert i 2006. Med teksten «Vi snakker ekte kjærlighet» spiller sangen videre på den tidligere kampanjen «kjærlighet ved første bit» (se 4.3). Den ble den første reklamesangen som nådde førsteplassen på VG-lista topp 20, og ble værende der i åtte uker. Låten ble lastet ned over 300 000 ganger som ringetone,¹³² og av over 600 000 personer da den ble lagt ut gratis på internett.¹³³ Året etter kom «full pakke» som igjen gikk til topps på VG-lista. I *Sangen om Norge: norsk populærmusikk gjennom 75 år* beskriver forfatteren Morten Lorentzen «Respekt for Grandiosa» som «kanskje en av de mest kjente norske låtene etter 1990».¹³⁴ For mange blir det å spise en «Grændis» synonymt med å spise frossenpizza. Både de interaktive reklamekampanjene og de populære reklamesangene bidrar til at Grandiosa utvikler seg til å bli noe mer enn bare en frossenpizza. Grandiosa blir med dette et populærkulturelt fenomen.

5.3 Helsekost + pizza = «pizza»

Den aktuelle perioden var norske matvaner i stor grad preget av større oppmerksomhet rundt sunnhet. Ifølge Bugge økt folks oppmerksomhet og ønske om å ha en vel trent, sunn og slank kropp, og mat ble stadig viktigere som virkemiddel for å oppnå dette. Andelen av befolkningen som anså det viktig å ha et helseriktig kosthold, økte fra 44% i 2003 til 63% i 2017.¹³⁵ Bourdieus teori om hvilken type mat som ble verdsatt av de ulike sosiale klassene, som diskutert i kapittel 4.6, understøtter dette funnet, da 67% av de med høyest utdanning og 56% av de med lavest utdanning anså det viktig å ha et sunt kosthold.¹³⁶ Sunnhetsbølgen hadde også innvirkning på pizzaens rolle i norske matvaner.

¹³¹ Grandiosa, «Tidslinje».

¹³² Morten Lorentzen, Asbjørn Myhre, og Nopa Norsk forening for komponister og tekstforfattere, *Sangen om Norge: norsk populærmusikk gjennom 75 år* (Bergen: Bodoni, 2011), 189.

¹³³ Ibid., 191.

¹³⁴ Ibid.

¹³⁵ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 507.

¹³⁶ Ibid., 508.

Forbruket av frossenpizza har siden 1987 variert. Slutten av 90-tallet og frem til midten av 2000-tallet var svært gode år for frossenpizzaen- senere minker imidlertid andelen som spiser frossenpizza to ganger i måneden eller mer. John Spilling, seniorkonsulent i Ipsos MMI og ansvarlig for spisefakta-undersøkelsen, forklarer den fallende trenden for forbruk av frossenpizza mellom 2007 og 2013 med betydelig økt oppmerksomhet rundt hjemmelaget og sunn mat på denne tiden.¹³⁷ Selv om interessen for sunnhet og helse var til stede hele denne perioden, var det i disse årene trenden virkelig gjorde utslag på salgstallene. I disse årene tilpasset også Grandiosa seg trenden ved å tilby alternativer som kunne appellere til en mer helsebevisst befolkning. I 2008 ble derfor pizza Grandiosa med speltbunn lansert, og i 2010 Grandiosa Biff & løk som nøkkelhullsmerket.¹³⁸ På Grandiosas nettsider beskrives speltpizzaen som «en sunnere Grandiosa», mens pizzaen med nøkkelhullsmerke «gjør at du kan nyte en skikkelig digg pizza med god samvittighet».¹³⁹

Mot slutten av 2000-tallet og utover 2010-tallet dukker det opp en rekke «sunne» pizzaoppskrifter som skal passe bedre overens med dietter og slankekurer i kokebøker, nettsider og blogger. Mange av disse oppskriftene promoterer pizzaen som et sunt og godt alternativ, for å gi forbrukerne en følelse av å kunne nyte pizzaen med god samvittighet. Dette som motsetning til andre "usunne" pizzaer. Den vanligste endringen fra «vanlig» pizza som går igjen i oppskriftene er at pizzabunnen lages med grovt mel. Andre varianter beveger seg enda lengre unna det mange anser som pizza. I en artikkel fra 2015 publisert på vektklubben.no er hovedingrediensene i bunnen til den ene pizzaoppskriften blomkål, eggehvite og lett mozzarella – uten noen form for mel.¹⁴⁰ Linda Stuhaug, populær matblogger med fokus på sunn mat, har en oppskrift fra 2013 med tunfisk som base for pizzabunn.¹⁴¹ Stuhaug delte også en annen pizzaoppskrift på God morgen Norge, der bunnen var laget av søtpotet. Artikkelen om dette på TV2.no hadde tittelen "Pizzafest med god samvittighet".¹⁴² Ideen om pizza er grunnlaget for alle oppskriftene, men til tross for dette er det først og fremst utseende som er

¹³⁷ «Ipsos norske spisefakta 2022» Telefonsamtale med John Spilling.

¹³⁸ «Nøkkelhullet er myndighetenes merkeordning som skal gjøre det enklere å ta sunnere valg. Velger du nøkkelhullmerkede matvarer spiser du mindre fett, sukker og salt, og mer fiber og fullkorn.» Helsenorge, «Nøkkelhullet,» <https://www.helsenorge.no/kosthold-og-ernaring/nokkelhullet/>.

¹³⁹ Grandiosa, «Tidslinje».

¹⁴⁰ Maria Tveiten Helgeby og Elisabeth Stigum, «Skei ut med sunnere pizza med færre kalorier,» <https://www.vektklubb.no/artikkel/matogkosthold/GGJ2x9/skei-ut-med-sunnere-pizza-med-faerre-kalorier>.

¹⁴¹ Linda Stuhaug, «Oppskrift: sunn&proteinrik kvit pizza,» <https://lindastuhaug.no/oppskrift-sunnproteinrik-kvit-pizza>.

¹⁴² Thuy My Do Thi, «Pizzafest med god samvittighet,» <https://www.tv2.no/underholdning/god-morgen-norge/pizzafest-med-god-samvittighet/9616397/>.

det største fellestrekket mellom de «sunne pizzaene» og «vanlig» pizza. Pizza defineres av SNL som «et flatt brød av gjærdeig som tradisjonelt dekkes av tomatsaus, ost og eventuelt grønnsaker, kjøtt eller sjømat, og stekes i ovn.»¹⁴³ Ettersom disse oppskriftene ikke møter de mest grunnleggende kravene til retten, kan det argumenteres for at det rett og slett ikke er pizza.

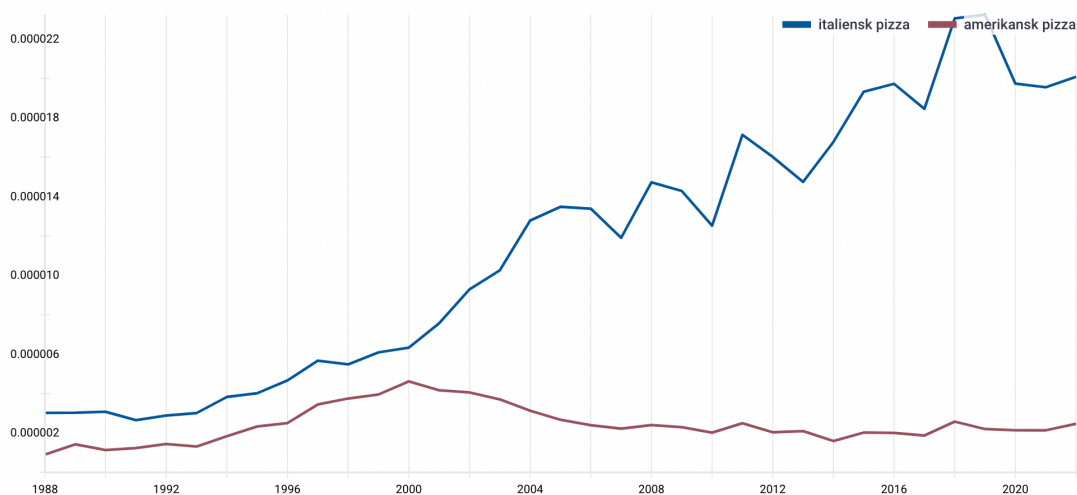
Tilgjengeligheten av et økende antall sunnere varianter av både frossenpizza og hjemmelagde pizzaer indikerer at pizzaen nå har etablert seg som en uunnværlig del av nordmenns matvaner. Uansett om man er på diett eller ønsker å spise sunt, forventes det nå at pizzaen skal være tilgjengelig som et alternativ.

5.4 «Autentisk» italiensk pizza

Som en følge av økningen i hel- og halvfabrikat, samt innføringen av "junk food" og "fast food" i det norske kostholdet på 80- og 90-tallet, vokste det frem en økende motstand mot denne typen mat, som ble beskrevet i forrige kapittel. Denne utviklingen fortsatte utover 2000-tallet, og bidro til at det vokste frem en ny bølge innenfor pizzatrender; herunder særlig «autentisk» italiensk pizza, og diverse «sunne» varianter av pizza. Denne utviklingen kan sees på som en motreaksjon til den stadig voksende andelen prosessert og ultraprosesserte matvarer i kostholdet. I «Food, Self and Identity» beskriver Sosiologen Claude Fischler det han kaller «det moderne problemet». Det moderne problemet går ut på at vi har blitt mer distansert fra maten vi spiser, med en svekket matidentitet knyttet til prosessert mat og lite kunnskap om hva vi faktisk spiser, hvor maten kommer fra og hvordan den blir produsert. Listen over ingredienser som folk flest ikke forstår blir lengre, og mye av maten vi spiser er så langt fra sin naturlige form at det er vanskelig å ha oversikt over hva man faktisk får i seg. Som Fischer skriver i artikkelen, tar mange ofte et aktivt valg når det gjelder hva slags mat de spiser. Dette valget innebærer ofte å ta avstand fra sterkt bearbeidet mat med lite næringsinnhold, såkalt «ultraprosessert» mat. En av disse motreaksjonene som forfatteren trekker frem er at flere får en større interesse for matlaging – større interesse for å lage mat fra bunnen av, interesse for god kvalitet på råvarer og ingredienser. Denne utviklingen får fotfeste i norske matvaner utover 2000-tallet, og har en spesielt stor innvirkning på pizzaens rolle.

¹⁴³ Arnt Steffensen, «Pizza,» i *Store norske leksikon*, red. (snl.no).

Innenfor pizzaens verden manifesterte den økte interessen for matlaging og mat av høyere kvalitet seg i et jag etter den «autentiske» italienske pizzaen. Som nevnt i kapittel 3.x er vi på noen områder tilbake til der vi startet når det gjelder pizzaens rolle som trendmat i Norge. Oppmerksomheten rundt amerikansk pizza synker, mens den italienske pizzaens popularitet er stigende i hele perioden. N-grammet fra nasjonalbiblioteket viser hvor ofte amerikansk pizza og italiensk pizza nevnes i norske aviser (se figur xx). N-grammet viser relativfrekvensen og dermed treff som prosent av antall ord per år. Utviklingen til de to termene er på et jevnt nivå frem til 2000. Etter dette blir «italiensk pizza» nevnt oftere og oftere frem til 2022, mens amerikansk pizza nevnes sjeldnere fra 2000 og holder seg på et lavt nivå frem til 2022. Grafen illustrerer godt den økte interessen for italiensk pizza.



Figur 7: Hentet fra Nasjonalbibliotekets N-gram: søkeordene "Italiensk pizza" og "Amerikansk pizza" er brukt, og tidsbegrensningen er fra 1988 til i dag

Det er en rekke elementer som bidrar til at pizzaen i denne perioden igjen blir trendmat som verdsettes av grupper med høy kulturell kapital. Det er først og fremst den italienske pizzaen, eller mer spesifikt den napolitanske pizzaen, som oppnår denne statusen og troner øverst i smakshierarkiet. Utover 2000-tallet fremmes det stadig flere krav til hva som skal til for at noe kan kalles «ekte» italiensk pizza. Kravene bidrar til at retten både bli mer ekskluderende og mer eksklusiv. Det har også oppstått en økende forskjell innenfor samme rett, der pizza har utviklet seg til både å bli et symbol på høy- og lavkultur. Pizza er både gourmetmat, familiemat og enkel ferdigmat. Et mangfold av pizzavarianter vokste frem utover 2000-tallet. Pizzaens rolle i smakshierarkiet er dermed helt avhengig av hvilken type pizza vi snakker om.

Grandiosaen plasserer seg lavt i smakshierarkiet, mens «autentisk» napolitansk pizza scorer høyt.

Som beskrevet i 3.3 bruker middelklassen eksotisk mat som et middel for å distansere seg fra den gemene hop. Ettersom pizza utviklet seg over en lengre periode til å bli en veletablert rett i norske matvaner, og flere variasjoner ble mer fornorsket, mistet retten kulturell kapital. I denne perioden kan vi se at pizza igjen får en høyere status ettersom det blir lagt vekt på «autentisk» italiensk pizza. Retten knyttes til sitt opprinnelsesland, og ikke minst opprinnelsesbyen Napoli. En viktig faktor i pizzaens fornyede status er nettopp vektleggingen av dens italienske opphav, både når det gjelder oppskrift og tilberedelse.

Bugges artikkel «Den sosiale appetitten: mat, klasse og identitet» fra 2010 tar utgangspunkt i intervjuer av en gruppe kvinner som plasseres i gruppen lav middelklasse eller arbeiderklasse (gjennomsnittlig eller lavere score på parametere som husholdningsinntekt og utdanning), og noen kvinner som Bugge betegner som «urbane middelklassekvinner».¹⁴⁴ Det ble så gjennomført en sosial tekstanalyse av kvinnenenes svar. Det spilte ingen rolle hvorvidt kvinnene snakket sant eller ikke om sine spisevaner, ettersom det var holdningen de uttrykte gjennom det de sa som var undersøkelsesobjektet.¹⁴⁵ Undersøkelsen viser at kvinnenenes matvaner var et bevisst uttrykk for deres sosiale plassering eller klassemessig tilhørighet.

Det undersøkelsen også viste var at det var stor sammenheng mellom interesse for å lage mat, å teste ut ny mat, bruke kokebøker, og utdanning. Innenfor alle disse områdene var det gruppen med høy utdanning som scoret høyest.¹⁴⁶ De urbane middelklassekvinnene med høy utdanning var mest opptatt av hva som ansees som «riktige» smakspreferanser, og brukte dette for å plassere seg sosialt. Det som settes høyt bant denne gruppen, som Bugge kaller «mateliten», er at de forsøker å skille seg fra folk flest ved å være annerledes og nyskapende i matveien. Spennende og nye smakssammensetninger, samt ferske råvarer, verdsettes blant mateliten. Isabelle de Solier beskriver i boken *Food and the self: consumption, production and material culture* hvordan det økte søkelyset på å lage mat fra bunnen har ført til en moralisering over kvalitet på matprodukter og råvarer. Denne moraliseringen er spesielt tydelig innenfor grupper

¹⁴⁴ Bugge, «Den sosiale appetitten : Mat, klasse og identitet,» 130.

¹⁴⁵ Ibid.

¹⁴⁶ Ibid., 134.

med høyere kulturell og økonomisk kapital.¹⁴⁷ Det er en rekke pizzaprodukter som øker i popularitet i denne perioden, og flere av disse anses å være «obligatoriske» for å kunne lage en «ekte pizza». Bugge trekker frem ingredienser som basilikum, olivenolje og fersk hvitløk som ekstra prominente hos denne gruppen. – alle typiske «pizza-ingredienser».¹⁴⁸

Som beskrevet i det foregående kapittelet mister pizzaen sin distinksjonsfunksjon ettersom retten blir allemannseie og tilpasset norske smaksløker. Den italienske pizzaen innebærer en rekke egenskaper som gjør at den gjenvinner statusen som trendmat. Det at retten skal lages på samme måte som i moderlandet, og aller helst med akkurat de samme ingrediensene, gjør at retten ansees som utenlandsk. Dette verdsettes av mateliten. Den italienske pizzaen blir en form for trendy tradisjonsmat som det gjerne skal legges en del tid og arbeid i. Det krever både overskudd, tid og interesse – noe som igjen bidrar til å gjøre retten ekskluderende. Bourdieus teori om at høyere sosiale grupper utvikler ny smak og nye preferanser for å opprettholde distinksjonen til lavere sosiale grupper støttes også av Bugge i hennes artikkel. Dette stemmer også med tallene fra Ipsos norske spisefakta som viser at det er en avhengighet mellom hvor ofte ulike grupper spiser hjemmelaget pizza og inntekt: jo høyere inntekt, jo større andel av gruppen spiser hjemmelaget pizza 2 ganger i måneden eller oftere.¹⁴⁹ Den italienske pizzaens popularitet i denne gruppen er et eksempel på nettopp dette. Det at retten utvikles, gjøres mer avansert, og krever dyrere ingredienser gjør at den plasseres høyere i smakshierarkiet. Når italiensk pizza ble mer vanlig mot slutten av 2000-tallet og utover 2010-tallet utviklet retten seg også til å bli stadig mer avansert – noe som bidrar til å opprettholde distinksjonsverdien til retten. I senere tid er retten blitt så avansert i matelitens verden at oppskriftene lener seg mer mot vitenskap.

¹⁴⁷ de Solier, *Food and the self: consumption, production, and material culture*, 98-99.

¹⁴⁸ Bugge, «Den sosiale appetitten : Mat, klasse og identitet,» 138.

¹⁴⁹ «Ipsos norske spisefakta 2022» Telefonsamtale med John Spilling.

5.5 Når pizza blir vitenskap

Et godt eksempel på hvor avansert pizzaen skal lages for å oppfylle kriteriene til en ekte napolitansk pizza er nettstedet pizzamani.no. Nettstedet er drevet av René Munthe Eik som både driver pizzarestaurant, -butikk og til og med har utgitt bok under det samme navnet. På nettsiden fremstår ikke pizza lenger som en familierett som spises på lørdagskvelden, men heller som et svær avansert, dager-langt prosjekt som selv ville gitt en erfaren kjemiker hendene fulle.

Oppskriften på pizzadeigen krever at man lager en såkalt «poolish» nemlig «en fermentert fordeig»¹⁵⁰ og skal lages

med 476 gram vann og lik mengde Caputo Manitoba – tipo 0 mel

importert fra Italia som kan bestilles på nettsiden til Oluf Lorentzen som importerer en rekke spesialprodukter fra blant annet Italia. Oppskriften på «hoveddeigen» er vist i figur 8. Oppskriften tilsier at poolishen og hoveddeigen skal heve – eller «fermentere» som Eik skriver – i til sammen 60 (!) timer, og dette er uten all annen tilberedningstid.¹⁵¹ Ingredienslisten er tettpakket av produkter som kun fås kjøpt på spesialbutikker, og til en relativt høy pris sammenlignet med ekvivalenter som fås kjøpt i norske dagligvarebutikker. I tillegg til dette krever oppskriften spesialutstyr som lommevekt (for å få nøyaktig mengde gjær), pizzaovn eller pizzastein/pizzastål og kjøkkenmaskin.

Selv om den oppskriften som presenteres på nettsiden er avansert og ikke nødvendigvis noe folk flest følger når de lager pizza, illustrerer den store populariteten likevel noe viktig om pizzaens rolle i norske matvaner.¹⁵² Til tross for at denne oppskriften er for spesielt interesserte, så er det også slik at pizzaoppskrifter på de mest brukte matnettsidene og matbloggene har blitt

Ingredienser hoveddeig

- Hele poolishen
- 374 Caputo Coco
- 65 gram fin sammalt Emmer fra Holli mølle
- 28 gram Naturkraft eller Criscito
- 94 gram kaldt vann (4-5 grader)
- 0,3 gram fersk gjær. Idun's blå
- 28 gram salt
- 24 gram vann (4-5 grader)
- 13 gram rødvinseddik (4-5 grader)

Figur 8: Oppskrift på "Hoveddeig" hentet fra nettsiden pizzamani.no

¹⁵⁰ Meny, «pizzadeig med poolish,» <https://meny.no/opskrifter/pizza/pizzadeig-med-poolish/>.

¹⁵¹ René Munthe Eik, «Min foreløpige favorittoppskrift på pizza,» <https://pizzamani.no/min-forelopige-favorittoppskrift-pa-pizza/>.

¹⁵² Nettsiden/restauranten sin facebook-side har 14 000 følgere per 01.05.2023 <https://www.facebook.com/Pizzamani.no>

mer avanserte utover 2000- og 2010-tallet. Et eksempel på dette er Trines matblogg, som er drevet av Trine Sandberg, og er en av Norges største matblogger.¹⁵³ De eldste pizzaoppskriftene fra bloggen (2009) er i italiensk stil, men fortsatt relativt enkle (i tillegg til at forfatteren skriver at hun tar det meste på slump).¹⁵⁴ De nyere pizzaoppskriftene inneholder surdeig og krever at du «mater» surdeigen 5-12 timer før deigen skal lages – en deig som så skal heve i først 2-3 timer, så 12-48 timer og avslutningsvis 1-2 timer før du kan begynne å lage pizzaen.¹⁵⁵ Dette i motsetning til de første oppskriftene der det kun kreves at deigen skal «heve til dobbel størrelse», noe som gjerne ikke tar mer enn 1-2 timer.¹⁵⁶ Den tidligere nevnte Jan Henrik Syversen (Gladkokken.no), som også driver en av Norges største matblogger «med over 300 000 unike brukere hver måned.»¹⁵⁷, har en oppskrift på pizza (i napolitansk stil) som også må sies å være relativt avansert. Dette til tross for Syversens selverklærte mantra er at: «mat skal ikke være jåleri. Det skal være folkelig og noe alle skal få til. Ingrediensene skal være mulig å få på din lokale matvarebutikk ...»¹⁵⁸ Oppskriften til Syversen krever, i likhet med oppskriften fra Eik, at man lager en poolish som skal fermentere i 16-24 timer før hoveddeigen lages. Syversen presiserer også at det skal brukes San Marzano tomater i pizzasausen.

Alle disse produktene og redskapene som kreves for å lage pizza på den «ordentlige» måten er med på å gjøre retten mindre tilgjengelig. Mange av disse produktene er dyrere enn det som kreves for å lage den norske langpannepizzaen. Man skal ha tipo 0 eller 00 mel istedenfor vanlig hvetemel, mozzarella og parmesanost fremfor guloster som Norvegia og Jarlsberg, og retten skal gjerne toppes med parmaskinke, en god olivenolje, italiensk salami – istedenfor den gode gamle kjøttdeigen eller røkte kjøttpølser. Det at kravene til hvordan retten skal lages endres slik som beskrevet, gjør at den bli mer eksklusiv, og med det mer ekskluderende.

Begrepene «autentisk» og «ekte» har stått svært sentralt i diskursen om den italienske pizzaen som har pågått i takt med rettens stadig økende popularitet. Dette er ikke et unikt fenomen knyttet til pizza, men har også vært gjeldende for annen utenlandsk mat.¹⁵⁹ Et eksempel på

¹⁵³ Bugge, *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere*, 487.

¹⁵⁴ Trine Sandberg, «'steinovnsbakt' pizza med parma og blåmuggost,» <https://trinesmatblogg.no/2009/03/steinovnsbakt-pizza-med-parma-og-blamuggost/>.

¹⁵⁵ «Surdeigspizza «diavola»,» <https://trinesmatblogg.no/recipe/surdeigspizza-diavola/>.

¹⁵⁶ «'steinovnsbakt' pizza med parma og blåmuggost».

¹⁵⁷ Hilde Oreld, «Gladkokken,» *Finansavisen*, 17.07.2020.

¹⁵⁸ Ibid.

¹⁵⁹ Eksempelvis viser Miriam Angela Folland til økende oppmerksomheten rundt «autentisk» meksikansk mat i sin masteroppgave: Miriam Angela Folland, «Taco Norway: The History of a National Dish,», red. (2021). I

dette er pizzakjeden Villa Paradiso som reklamerer med «autentisk napolitansk pizza».¹⁶⁰ «Autentisk» defineres gjerne som det genuine, noe som er validert av troverdige kjennere som «originalt».¹⁶¹ Både på restauranter og i norske hjem fremstår det som om matentusiaster er på jakt etter den «ekte» napolitanske pizzaen. Det er gjerne satt et likhetstegn mellom «ekte» og «autentisk». Begrepet byr på problemer i mange sammenhenger, ifølge historikeren Achim Saupe, men det kan argumenteres for at dette er spesielt gjeldende innenfor matverdenen, ettersom matvaner stadig er i endring. Skal «autentiske» italienske pizzaer lages som de fremste pizzakokkene i Napoli lager dem til enhver tid, eller skal retten tilberedes som den «originale pizzaen»? Disse to tilnærmingene stemmer ikke nødvendigvis overens, og en rekke av både redskapene og tilberedningsmåtene hadde måttet vike hvis det var den originale pizzaen som var idealet.

5.6 Oppsummering

Den økonomiske og sosiale gullalderen på 2000-tallet åpnet opp for en restaurant-boom der pizzarestaurantene dominerte. Økt velstand førte også til økt fokus på kosthold og kvalitet på matvareprodukter. Til tross for at pizzaens rolle i norske matvaner gikk igjennom mange endringer i perioden, har den bevart sin posisjon som et tydelig symbol på skille mellom hverdag og helg.

Grandiosa fortsatte sin suksess som den største frossenpizzaen på det norske markedet. Til tross for at det dukket opp mange konkurrenter, står den fortsatt for 50% av markedet i dag. Frossenpizzagiganten gjennomførte en rekke vellykkede reklamekampanjer som ikke bare bidro til å styrke rettens posisjon som en folkelig favoritt, men var med på å gjøre *Grændisen* til et populærkulturelt fenomen. Den økt velstanden bidro også til økt innhold av helsekost i nordmenns matvaner. Pizza lagd av søtpotet eller tunfisk illustrerte hvor integrert pizzaen hadde blitt i folks hverdag – selv på mandager eller på dietter måtte favorittretten være tilgjengelig.

Fra 2000 og frem til i dag fortsatte den italienske pizzaens popularitet å vokse. Retten fikk stadig flere ansikter, og den mer høyverdige napolitanske pizzaen dukket opp på restauranter

tillegg til dette er det en rekke restauranter som reklamerer med «autentisk» kinesisk, italiensk, indisk, meksikansk, libanesisk etc.på sine nettsider.

¹⁶⁰ Villa Paradiso, «Villa Paradiso é Tutto Italia,» <https://www.villaparadiso.no/artikler/tutto-italia>.

¹⁶¹ Achim Saupe, «Authenticity (Version 3.0) (english version),», red. (2016), 2.

og i norske hjem. «Mateliten» omfavnet denne type pizza som ledd i å bruke mat som kulinarisk kapital for å plassere seg sosialt, bekrefte egen identitet eller sende ut signaler om ønsket identitet, og ikke minst for å skille seg fra lavere sosiale klasser. Den «autentiske» napolitanske pizzaen ble stadig mer avansert for å opprettholde distinksjonen. Etter hvert som italiensk pizza har blitt mer populært – og dermed mer folkelig – er pizzaoppskriftene blitt mer avanserte. Nye pizzaoppskrifter lente seg mer mot et forskningsprosjekt enn en middagsrett, og kravene til ingredienser, utstyr og interesse utviklet retten til sitt mest ekskluderende så langt. Likevel er det ikke bare «pizzanerdene» som gjør det avansert, men også landets mest populære matbloggere. Kanskje begynner vi å nærme oss «den folkelige poolishen»?

6 Konklusjon

I denne oppgaven har jeg ønsket å se nærmere på historien bak hvordan pizzaen har fått en slik unik posisjon i det norske kjøkken. Mer spesifikt har jeg ønsket å se hvordan pizzaens rolle i norske matvaner har endret seg siden den ble introdusert på slutten av 50-tallet. Pizzaens reise i norsk matkultur startet som «eksotisk grøtpinne», en utenlandsk rett anvendt som supplement til andre retter i norsk kosthold. Nå er pizzaen den mest spiste middagsretten i landet. Jeg har fra ulike vinkler undersøkt hvordan denne utviklingen har vært mulig. Med utgangspunkt i Bourdieus sosiologiske teori, distinksjonen, har jeg sett nærmere på hvordan middelklassen med høy sosial kapital både har brukt og unngått å bruke pizzaen for å plassere seg sosialt. Jeg har ved å se på pizzaens rolle i de forskjellige periodene forsøkt å vise hvordan mat er et uttrykk for klasse og individuell og sosial identitet. Utviklingen av rettens posisjon er også et eksempel på hvordan «kjøkkenet fungerer som tidens spill». Pizzaens posisjon og bruksområder kan fortelle noe om den generelle sosiale og økonomiske utviklingen i samfunnet. I oppgaven har jeg valgt å legge stor vekt på holdninger til pizza, og hvordan disse har endret seg over tid. Gjennom disse perspektivene har jeg ønsket å belyse at en matrett som pizza er mer enn kun ernæring og matopplevelse. Den er også med på å fortelle noe viktig om det norske samfunns historie og utvikling som samfunn. Dette er en av mathistoriens grunnleggende ideer, nemlig at mat og spisevaner kan fortelle mye om fortidens samfunn – i Andreas Viestads ord «... det er mer historie i hver eneste kotelett eller bolle med pasta enn det er i Colosseum eller noe annet bygg eller historisk minnesmerke. Og i motsetning til brosteinen og bygningene er maten like skinnende ny, uansett hvor lang historie den har.»¹⁶²

Hvordan har pizzaens rolle i norske matvaner endret seg?

Oppgaven har utforsket hvordan pizzaens rolle i norske matvaner har endret seg fra dens introduksjon på slutten av 50-tallet og frem til i dag. Utviklingen er preget av både kontinuitet og brudd. Matvanene fra 50-tallet som presenteres i kapittel 2, er nesten ugjenkjennelige når man ser dem gjennom dagens briller. Pizzaens rolle i norske matvaner har utviklet seg fra «eksotisk grøtpinn» til den mest spiste retten i landet.

Perioden før pizzaen kom til Norge var i liten grad påvirket av omverdenen når det kom til matvarer, matvaner og restaurantbesøk. Selv om det fortsatt var tradisjonell norsk

¹⁶² Andreas Viestad, *En middag i Roma : verdenshistorien i et måltid* (Oslo: Kagge forlag, 2020), 9.

husmannskost som var mest utbredt, var tiåret før pizzaens innmarsj preget av stor kulturell påvirkning fra USA. De amerikanske matvanene og produktene som ble en del av nordmenns liv i denne perioden gjorde nordmenn mer åpne for utenlandsk mat. Amerikanske matvaner kan hevdes å ha vært en døråpner for pizzaen som senere selv ble en døråpner for annen og mer eksotisk mat fra andre verdensdeler. Pizzaen ble forsøkt plassert i en allerede eksisterende struktur i norsk matkultur, og ble brukt som supplementsmat eller et lett måltid, uten å ha status som en fullverdig middag. Introduksjonen i Norge var hovedsakelig knyttet til endring i nordmenns ferievener, ved at langt flere ferierte i Italia. Pizza var i de første årene først og fremst populær blant middelklassen i Oslo. Det var ikke før den amerikanske pizzaen ble tilgjengelig etter Peppes Pizza åpnes i Oslo i 1970 at retten ble mer allment kjent. Pizzaen ble introdusert på samme tid som lørdagsfri ble innført, og helgen slik vi nå kjenner den ble til. Pizzaen ble første varianten av familievennlig «helgemat», slik vi kjenner begrepet i dag. Pizzaen ble dermed tidlig et symbol på et familiemåltid som markerte skille mellom hverdag og helg. Selv om pizzaen som står på middagsbordet på fredag eller lørdag har endret både form og smak, har pizzaen likevel bevart sin rolle. Dette er et tydelig tegn på kontinuitet.

Historien om pizzaens rolle i norske matvaner er også preget av tydelige brudd. Pizza går nemlig i løpet av neste periode fra å være en spennende og eksotisk rett til å bli et symbol på forfall. Frossenpizzaen ble for alvor introdusert til nordmenn når Grandiosa startet sin produksjon i 1980 – et produkt som umiddelbart ble veldig populært. I denne perioden ser vi at pizza i flere varianter vokser i popularitet og får en større rolle i norske matvaner. Den opplevde tidsfattigdommen er med på å forklare det økte forbruket av frossenpizza. Retten ble tilpasset norske ganer i løpet av perioden. Rettens rolle som familiemåltid ble imidlertid ytterligere forsterket i denne perioden. «Pizza» ble synonymt med usunn mat, og mange hevdet at den var et eksempel på som en type mat som truet den norske matkulturen. Pizza har beholdt sin posisjon som en populær matrett blant ungdom. Dette fenomenet kan sees som en form for kontinuitet, da ungdommens interesse for pizza har holdt seg stabil over flere tiår. Det er i denne perioden pizza for fullt blir allemannseie.

Fra 2000 og frem til i dag går pizzaens rolle igjennom mange endringer – og ved slutten av denne perioden ser vi at pizza forekommer i langt flere varianter enn tidligere. Den økonomiske og sosiale gullalderen på 2000-tallet åpnet opp for en restaurant-boom der pizzarestaurantene regjerte. Samtidig bevarte Grandiosa sin posisjon som den mest spiste frossenpizzaen i Norge, og nordmenn er den dag i dag den nasjonen som spiser mest frossenpizza per hode. Nordmenn

som var svært skeptiske til fryseboksen da den først ble introdusert, har blitt et folk som omfavner frossenmaten, i form av pizza, i aller høyeste grad. Reklamekampanjene til Grandiosa på 2000-tallet var både meget vellykkede og bidro til å styrke Grandiosa som et folkelig (og norsk) produkt. Den forsterkede oppmerksomheten om sunn og hjemmelaget mat førte til at pizzaen dukket opp varianter som tøyde strikken for hva man kan kalle pizza. Dette viser at pizzaen har blitt en så etablert del av nordmenns matvaner at retten må være tilgjengelig til tross for økt oppmerksomhet på helse og sunt kosthold. Pizza i italiensk stil vokste i popularitet gjennom hele perioden og ble den mest utbredte av alle de forskjellige variantene som har blitt en del norske matvaner. Oppskriftene på italiensk pizza utviklet seg til å bli mer og mer avanserte. Jakten på den «autentiske» pizzaen fører til at vi endt opp med pizzaoppskrifter på den mer høyverdige napolitanske pizzaen som minner mer om et forskningsprosjekt enn en middagsrett. Vi har også sett at de mest populære matbloggene har presentert mer avanserte oppskrifter, inspirert av de mer ekstreme matnerdene.

Hvordan og hvorfor pizza har blitt såpass populært i Norge kan forklares ved en rekke faktorer. Først var tidspunktet retten ble introdusert i Norge særlig gunstig for at retten kunne etableres som en del av nordmenns matvaner. Slutten på lørdagsskole, innføringen av 5-dagers arbeidsuke og den økende andelen kvinner som begynte å arbeide utenfor hjemmet førte til at helgen som vi kjenner den i dag ble til, og det var en åpen plass til en helgerett som passet barna. I tillegg til dette ble pizzaen introdusert til nordmenn på et tidspunkt da det ikke var noen andre retter som hadde denne rollen. Pizzaen ble veletablert i norske matvaner før det kom noen andre retter som utfordret pizzaens rolle som helgematen. Pizza er en veldig populær rett i de fleste vestlige land. Det er åpenbart noen egenskaper ved retten som appellerer til mange på tvers av kultur og geografi. Likevel har altså noen forhold gjort at retten har havnet i en særstilling i norsk matkultur, også sammenlignet med andre land, og sammenlignet med andre utenlandske retter.

Hvordan har pizzaen speilt og samspilt med utviklingen i andre sosiale forhold?

Pizzaens posisjon i norske matvaner speiler til enhver tid den sosiale og økonomiske konteksten i samfunnet. Gjennom de forskjellige periodene kan vi se at økt velstand har ført til at nordmenn går mer på restaurant, og vi ser at antallet pizzarestauranter har økt markant i perioden. Det at den ukjente retten ble forsøkt forstått, og anvendt, i en norsk matkulturell kontekst reflekterer et samfunn som i liten grad har vært utsatt for utenlandske matimpulser. Videre reflekterte pizzaens innmarsj endringer i nordmenns reisevaner. Den økte andelen kvinner som

begynte å arbeide utenfor hjemmet og framveksten av to-inntektsfamilien fører til en opplevd tidsfattigdom i den norske befolkningen. Dette speiles i frossenpizzaens framvekst på 80-tallet. Økt antall pizzarestauranter på 80-tallet var til dels et resultat av jappetiden og en større etter-spørsel etter restaurant- og ferdigmat. De «sunne» variantene av pizza som dukket opp både i frossenmat og hjemmelaget pizza spilte og samspilte med «sunnhetsbølgen» som preget norske livsstilsvaner på 2000-tallet.

Hva sier utviklingen i tilberedning og forbruk av pizza om sosial, kulturell og individuell identitet?

Pizzaens anseelse har vært igjennom en reise fra høystatus, til lavstatus og så tilbake til høystatus igjen. Da pizzaen fortsatt ble ansett som utenlandsk på 60-tallet og betraktet som eksotisk i den norske matkulturen, hadde retten en høy status. Middelklassen med høy kulturell kapital brukte retten for å skille seg ut fra lavere sosiale klasser. Bruk av eksotisk og ukjent mat var en viktig faktor her, og pizzaen tjente denne funksjonen godt. Retten var plassert høyt i «smakshierarkiet». På gruppenivå var rettens distinksjonsverdi det viktigste, mens på individnivå var retten et godt eksempel på at «du spiser det du er», nemlig at man så på seg selv som en spennende person fordi man spiste en spennende rett som pizza. Etter at pizzaen ble allemannseie og fikk status som folkelig, ble retten stående i opposisjon til «den gode smak». Egenskapene retten hadde som ga den en distinksjonsfunksjon forsvant når den ble en veletablert del av nordmenns matvaner. Pizza ble ikke lenger ansett som eksotisk, og ble fornorsket på flere områder. Retten ble også i langt større grad assosiert med «junk food» og usunne matvaner. For å vise klassemessig tilhørighet gjennom mat er det ifølge Bourdieu minst like viktig å vise avsmak for det som ikke anses som «god smak», som faktisk å vise at man er en som henger med på hva som er «den gode smak».

Hvilket land retten blir assosiert med ser også ut til å ha spilt en stor rolle for rettens status. Høy status følger med å bli assosiert med opprinnelseslandet Italia. Tilsvarende lav status tilordnes retten når den assosieres med USA. Herunder ligger sannsynligvis en frykt for amerikanisering av matvaner, siden amerikanerne forbindes med et usunt og prosessert kosthold. Lav status knyttes også til retten når den blir vurdert som norsk eller fornorsket. Grandiosa og langpannepizzaen blir fornorsket, og har da lav status. Det kan derfor antas at assosiasjonen til Italia spiller en avgjørende rolle for pizzaens høye status, mens assosiasjoner til andre land, som USA og Norge, har hatt motsatt effekt. Dette blir spesielt tydelig når den italienske pizzaens popularitet vokser. Oppskriftene tar utgangspunkt i den opprinnelige

napolitanske pizzaen, men gjøres vesentlig mer avanserte og tidkrevende å lage, noe som bidrar til å opprettholde distinksjonen når de «gamle» oppskriftene blir allemannseie. Kravene til ingredienser, utstyr og interesse som skal til for å lage dagens «autentiske» napolitanske pizza gjør retten til sitt mest ekskluderende så langt. Hvordan pizzaens rolle, og ikke minst status, i det norske samfunnet endrer seg så drastisk fra den ene perioden til den andre er et godt eksempel på hvordan samfunnets definisjon av «god smak» er i stadig endring. Høyere sosiale grupper utvikler ny smak og preferanser for å opprettholde distinksjonen til lavere sosiale grupper.

Pizzaen og historien om det moderne Norge – fire paradokser

Pizza har altså bidratt til å endre norske matvaner, samspilt med utviklingen i andre sosiale forhold og påvirket norsk identitet. Men pizzaens rolle har ikke vært entydig. Pizzaen har etter hvert fått mange ansikter: den er både frossenmat, fast food, familiemiddag og festmat. Pizzaens historie i det moderne norske samfunn har dermed også blitt en historie om fire tilsynelatende paradokser.

For det første har pizzaen både fristilt og fylt fritid for den norske befolkningen. Pizza som frossenmat og fast food har fristilt tid for opplevd tidsknapp nordmenn. Hjemmelaget pizza er på den annen side blitt en verdsatt fritidssyssele familieaktivitet, og jakten på den autentiske pizzaen er blitt en tidkrevende hobby – for enkelte nesten et studium.

For det andre er pizza i Norge både folkelig og elitistisk. I et norsk samfunn preget av egalitære sosialdemokratiske verdier, har frossenpizzaen blitt en viktig del av vanlige folks hverdag, og familiepizzaen blitt et folkelig samlingspunkt for norske familier. Den sosiale eliten på sin side har tatt tydelig avstand fra pizzaen som fast food og frossenvariantene, samtidig som de har omfavnet den autentiske pizzaen som ledd i å styrke sin sosiale status.

For det tredje har pizzaen både vært en dørvakt og døråpner for eksotisk mat i Norge. Dørvakt i den forstand at den ble introdusert først, og raskt fikk en dominerende posisjon. Dermed ble pizzaen krevende å utfordre for eksotiske retter fra andre matkulturer. Men pizzaen bidro også som døråpner ved å skape en ny plass for kosemat i helgene, som ikke minst tacoen har vært med på å fylle. Pizzaen spilte også en viktig rolle gjennom å venne det norske folk til andre smaker og mattradisjoner, som igjen bidrar til å fjerne hindre for å utforske annen eksotisk mat fra andre lands kjøkken.

For det fjerde har pizza både vært en representant for det fremmedartede, men etter hvert også det som er «typisk norsk». Pizzaen var en fremmed fugl i den norske matfaunaen da den ble introdusert. Etter hvert har pizzaen bidratt til en betydelig omveltning i det som kan kalles det norske matlandskapet. Pizza gjennomsyrrer norske matvaner, er både hverdags- og festmat, og er populært på tvers av klassesethørighet, alder og kjøn. Pizza er den mest populære middagsretten og nordmenn er det folk som spiser mest pizza i verden. Det er derfor grunnlag for å påstå at pizza er blitt en del av den norske identiteten, og i den forstand også har spilt sin rolle i den nasjonsbyggingen som har foregått i Norge etter andre verdenskrig. Enkelte vil kanskje hevde at det er å overvurdere pizzaens betydning, men en ting kan vi konkludere med sikkerhet: «det er typisk norsk å like pizza.»

7 Kilder og litteratur

Kokebøker, avis- og magasinartikler

. *A-Magasinet*, 04.06.1966, 1.

Askevold, Ingerid. *Gyldendals store kokebok*. Oslo: Gyldendal, 1955.

Brita. «'Pop' med Pizza.» *Arbeiderbladet*, 08.10.1960, 12.

Brun, Thor A. «'Vårt norske kjøkken' godt mottatt.» *Tidens Krav*, 15.10.1993, 3.

Coleman, Lester L. «Om hvitløk og vorter.» *Nordlandsposten*, 09.08.1968, 6.

«Den gode vertinne elsker sine fester.» *Nordlandsposten*, 25.05.1963, 14.

Elin Fossum, og Kurt Johan Sivertsen. «Mor Garndiosa.» 11.02.2010.

Georges, St. «I går var vi på...» *Morgenbladet*, 06.11.1971, 10.

Havin, Borghild. «Hjemmestell.» *Alle Kvinners Blad nr. 11*, 1954, 26.

Hole, Ole Christian. «Hard kamp om bitene.» *Finansavisen*, 28.11.1994, 16.

Hovig, Ingrid Espelid, Bjørn Iver Brekke, og Jorunn Borthen Gundersen. *Den Rutete kokeboken*. Rutiga kokboken. Oslo: Gyldendal, 1982.

Jacobsen, Hanna, og Elise Sverdrup. *Den store norske kakeboken*. Oslo: Grundt Tanum, 1964.

Kalvø, Are. «Den fæle framtida.» *Arbeiderbladet*, 03.09.1994, 32.

Lid, Inger. «Nådeløs pizza-slakt.» *Dagbladet*, 23.07.1987, 14-15.

«'Norges mest spiste pizza' .». *Sunnmørsposten*, 24.05.1985, 15.

«Oppskrift på festmåltid.» *Laagendalsposten*, 03.02.1961, 5.

Oreld, Hilde. «Gladkokken.» *Finansavisen*, 17.07.2020.

«Ost på italiensk vis.» *Nidaros*, 12.09.1964, 3.

«Peppe's Pizza Pub.» *Dagbladet*, 07.03.1974, 15.

«PIZZA - en italiensk delikatesse.» *Alle kvinners blad nr. 7*, 1961, 26.

«Sarpinger til Fredrikstad etter pizza.» *Sarpsborg Arbeiderblad*, 21.03.1979, 15.

Sevaldsen, Eirik, Håvard Gjelseth, og Lofthus samvirkelag. *Pizza*. Oslo: Aschehoug, 2018.

Sverdrup, Elise. «God middag.» *Drammens Tidene*, 30.10.1959, 4.

Thronsen, Jane. «Ferdigmat gjør oss til MAT-ANALFABETER.» *Dagbladet*, 28.08.1996, 18-19.

Torgersrud, Sigrid. «Hjemmestell.» *Alle Kvinners Blad nr. 25*, 1954, 24.

«Vi går for Nora.» *A-Magasinet*, 11.02.1984, 23.

Wahlberg, Maria. «Norrännen världsbäst på att äta pizza.» *SvD Näringsliv*, 12.01.2005.

Nettressurser

- 730.no. «Norsk musikk: 9 videoer 730.no aldri glemmer.» <https://730.no/mira-craig-og-andre-norske-musikkvideoer-vi-aldri-glemmer/>.
- «Alle Kvinners Blad.» I *Store norske leksikon*. snl.no.
- Circle K. «Peppes On The Go hos Circle K.» <https://www.circlek.no/mat/peppes-on-the-go>.
- Eik, René Munthe. «Min foreløpige favorittoppskrift på pizza.» <https://pizzamani.no/min-forelopige-favorittoppskrift-pa-pizza/>.
- Grandiosa. «Tidslinje.» <https://www.grandiosa.no/om-grandiosa/tidslinje/>.
- «Grandiosa original Vazelina Jul.»
- https://www.youtube.com/watch?v=Vlkh8lS1jRc&ab_channel=GRANDIOSA.
- Helsenorge. «Nøkkelhullet.» <https://www.helsenorge.no/kosthold-og-ernaring/nokkelhullet/>.
- Lofthus samvirkelag. «Forside.» <https://www.lofthussamvirkelag.no/>.
- Maria Tveiten Helgeby, og Elisabeth Stigum. «Skei ut med sunnere pizza med færre kalorier.» <https://www.vektklubb.no/artikkel/matogkosthold/GGJ2x9/skei-ut-med-sunnere-pizza-med-faerre-kalorier>.
- Matprat.no. «Hvordan har middagen endret seg de siste 100 år?»
- <https://www.matprat.no/artikler/feature/hvordan-har-middagen-endret-seg-siste-100-ar/>.
- Meny. «pizzadeig med poolish.» <https://meny.no/opskrifter/pizza/pizzadeig-med-poolish/>.
- Narvesen. «Har du prøvd Grandiosa på farten?» <https://narvesen.no/produkter/pizza>.
- Nilsen, Live Vedeler. «Den første norske pizzaen.» nb.no, <https://www.nb.no/historier-fra-samlingen/da-pizzaen-kom-til-norge/>.
- «Norske spisefakta.» Ipsos, <https://www.ipsos.com/nb-no/norske-spisefakta>.
- Olivia. «Historien om Olivia.» <https://oliviarestauranter.no/om-oss/>.
- «P-P-P-PIZZAFYLL!». https://www.youtube.com/watch?v=BHnMo-6yMXY&ab_channel=TeamSupremeAlpha.
- Sandberg, Trine. «‘steinovnsbakt’ pizza med parma og blåmuggost.»
- <https://trinesmatblogg.no/2009/03/stenovnsbakt-pizza-med-parma-og-blamuggost/>.
- . «Surdeigspizza «diavola».» <https://trinesmatblogg.no/recipe/surdeigspizza-diavola/>.
- Saupe, Achim. «Authenticity (Version 3.0) (english version).», 2016.
- Stuhaug, Linda. «Oppskrift: sunn&proteinrik kvit pizza.» <https://lindastuhaug.no/opskrift-sunnproteinrik-kvit-pizza>.

Saakvitne, Jostein. «Norsk reklamehistorie 1945–2020.» <https://ndla.no/subject:1:94dfe81f-9e11-45fc-ab5a-fba63784d48e/topic:2:185588/topic:2:185591/resource:1:74027>.

Thi, Thuy My Do. «Pizzafest med god samvittighet.»

<https://www.tv2.no/underholdning/god-morgen-norge/pizzafest-med-god-samvittighet/9616397/>.

Villa Paradiso. «La storia di Villa Paradiso.» <https://www.villaparadiso.no/artikler/historien>.

———. «Villa Paradiso é Tutto Italia.» <https://www.villaparadiso.no/artikler/tutto-italia>.

Statistikk

«Ipsos norske spisefakta 2022» Telefonsamtale med John Spilling. 31.03.2023.

«Middagsdagboken 2019» Telefonsamtale med John Spilling. 31.03.2023.

Eskeland, Personlig kommunikasjon i e-post med Bård. 15.02.23.

Statistisk sentralbyrå. «Forbruksundersøkelsen: Tabell 06366: 1974-1976-1996-1998.»

<https://www.ssb.no/statbank/table/06366/tableViewLayout1/>.

———. «Forbruksundersøkelsen: Tabell 06368: 1958-1973.»

<https://www.ssb.no/statbank/table/06368/tableViewLayout1/>.

———. «Forbruksundersøkelsen: Tabell 10235: 1999-2012.»

<https://www.ssb.no/statbank/table/10235/tableViewLayout1/>.

———. «Historisk statistikk 1994: Arbeidskraft.»

<https://www.ssb.no/a/histstat/tabeller/kap09.html>.

———. «Tidsbruksundersøkelsen.» [https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-](https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-medi bruk/statistikk/tidsbruksundersokelsen)

[medi bruk/statistikk/tidsbruksundersokelsen](https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-medi bruk/statistikk/tidsbruksundersokelsen).

Forskningslitteratur

Almerico, Gina M. «Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity.»

Journal of International Business and Cultural Studies 8 (2014): 1.

Beardsworth, Alan, og Teresa Keil. *Sociology on the menu : an invitation to the study of food and society*. London: Routledge, 1997.

Bourdieu, Pierre. *Distinction : a social critique of the judgement of taste*. La distinction.

London: Routledge & Kegan Paul, 1984.

Bugge, Annechen. «Den sosiale appetitten : Mat, klasse og identitet.» s. 129-143. Oslo: Universitetsforl., 2010.

———. *Fattigmenn, tilsørte bondepiker og rike riddere : mat og spisevaner i Norge fra 1500-tallet til vår tid*. Oslo: Cappelen Damm akademisk, 2019.

- Bugge, Annechen, og Runar Døving. *Det norske måltidsmønsteret : ideal og praksis*. Rapport (Statens institutt for forbruksforskning : trykt utg.). Bind nr 2-2000, Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning, 2000.
- de Solier, Isabelle. *Food and the self : consumption, production, and material culture*. Materializing culture. London: Bloomsbury, 2013.
- Døving, Runar. «Rype med lettøl : en antropologi fra Norge.» Oslo: Pax, 2003.
- Ellingsæter, Anne Lise. «'Tidsklemme' – metafor for vår tid.» *Tidsskrift for samfunnsforskning* 46, nr. 3 (2005): 297-326.
- Fagerstrøm, Asle, Ragnhild Eg, Magne Johannessen, og Nina Vogt. *Forbrukeratferd*. 1. utgave. utg. Oslo: Gyldendal, 2020.
- Fischler, Claude. «Food, self and identity.» *Social Science Information* 27, nr. 2 (1988): 275-292.
- Folland, Miriam Angela. «Taco Norway: The History of a National Dish.» 2021.
- Frønes, Ivar, og Andreas Hompland. *Kanskje kommer kongen : hjemme hos oss Norge rundt*. Oslo: Cappelen, 1985.
- Lange, Even. «Frihandel og samarbeid.» Norgeshistorie.no, <https://www.norgeshistorie.no/velferdsstat-og-vestvending/1815-frihandel-og-samarbeid.html>.
- . «Høyere levestandard, mindre forskjeller.» Norgeshistorie.no, <https://www.norgeshistorie.no/velferdsstat-og-vestvending/1803-hoyere-levestandard-mindre-forskjeller.html>.
- Lorentzen, Morten, Asbjørn Myhre, og Nopa Norsk forening for komponister og tekstforfattere. *Sangen om Norge : norsk populærmusikk gjennom 75 år*. Bergen: Bodoni, 2011.
- Pilcher, Jeffrey M. *The Oxford handbook of food history*. Handbook of food history. New York: Oxford University Press, 2012.
- Rauan, Estrellita Cometa. «Utgiftsandelen til mat og drikke høyest i lavinntektsland.» Statistisk sentralbyrå, <https://www.ssb.no/priser-og-prisindekser/artikler-og-publikasjoner/utgiftsandelen-til-mat-og-drikke-hoyest-i-lavinntektsland>.
- Statistisk sentralbyrå. «Fra kjøpefest til edruelighet.» <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/artikler-og-publikasjoner/fra-kojpefest-til-edruelighet>.
- Steffensen, Arnt. «dugurd.» I *Store norske leksikon*. snl.no.
- . «Pizza.» I *Store norske leksikon*. snl.no.

Thorvik, Olle. *Nattverden : min lysløype gjennom Oslos moderne uteliv - fra Colony Club til Turbotirsdag : inneklanen, klubbene, caféene, menneskene og livet om natten.* Oslo: Skamløst forlag, 2020.

Viestad, Andreas. *En middag i Roma : verdenshistorien i et måltid.* Oslo: Kagge forlag, 2020.

Wiig, Frøy Lode. *Charter : 50 år til Syden.* Oslo: Vega forl., 2009.

Aasbø, Morten. *De lærte oss å reise.* Oslo: Columbus, 2009.