

# "Halloumiskam" och vårt livgivande antibiotikum:

*Kulturella föreställningar om farliga bakterier och problematiska läkemedel*

KRISTOFER HANSSON är lektor vid Institutionen för socialt arbete vid Malmö universitet och docent i etnologi. Hans forskningsintressen finns inom fältet medicinsk humaniora med ett fokus på den moderna biomedicinen. Artikeln är en del av det VR-finansierade projektet "Biomodifierande teknologier i förändring" samt "Tema CRISPRideas" vid Pufendorfinstitutet, Lunds universitet.



– Halloumi är en av de produkterna som ersätter kött på tallriken. Om man tror att man gör ett bra val, då är det viktigt att ha ett bra underlag. Det kan faktiskt vara så att det valet är sämre än den köttbit man just valde bort. Det är en risk som vi på WWF vill belysa. Vi vill hjälpa konsumenterna att välja rätt, säger Anna Richert, matexpert på WWF. (SVT 20190701)

Världsnaturfonden WWF:s Anna Richerts uttalande på Sveriges Television – SVT – angående svenskarnas felaktiga matval slog ner som en bomb. Det var en nyhet som kom mitt i sommaren, när det oftast råder nyhetstorka. Grillsåsongen hade börjat komma igång på allvar och det självklara gröna valet Halloumiost var inte längre så självklart. WWF:s kritik riktades mot att Cypern – denna osts hemland – använde stora mängder antibiotika i förebyggande syfte inom sin djurindustri med ökande resistenta bakterier som en konsekvens. I relation till detta uttalande skulle så ett nytt ord göra entré i den svenska vokabulären, nämligen "Halloumiskam".

Med tanke på att Sverige är ett av de länder i Europa – efter Cypern – som äter mest Halloumi, och att många väljer osten framför köttet med förhoppningen att de gör ett så kallat grönt val, skapade uttalandet från WWF en del huvudbry.<sup>1</sup> På Twitter kunde det nästan uppfattas som om uttalandet skapade en "kulturchock" hos en del individer i Sverige, att de traditionella grillvanorna var satta i gungning. Om man nu inte skulle få välja Halloumi framför kött för att rädda miljön, vad skulle man grilla istället? Syftet med denna artikel är att analysera på vilka sätt användningen av ordet "Halloumiskam" kom att tydliggöra de kulturella föreställningar som

finns i Sverige när det kommer till en ökad oro för resistenta bakterier och att läkemedlet antibiotika förlorar allt mer av sina livgivande egenskaper. Genom att ta utgångspunkt i termen skam möjliggörs en etnologisk analys av hur komplexa fenomen, som den ökande antibiotikaresistensen, benämns och hanteras i vardagen.

#### ATT STUDERA SKAM

Artikeln bygger på ett mångfacetterat textbaserat material som har samlats in med utgångspunkt i att fånga den komplexitet fenomenet "Halloumiskam" producerar (jfr Marcus 1995). Detta har framför allt gjorts med hjälp av ett så kallat "rörligt sökarljus", alltså att söka efter varierande materialkategorier som kan problematisera samma fenomen utifrån olika perspektiv (Daun 2010). En del av materialet består av svar från en frågelista som samlats in under 2017 och 2018 under rubriken "Om antibiotikan slutar fungera", distribuerad av Folklivsarkivet vid Lunds universitet.<sup>2</sup> Här har inkommit 51 svar från de fasta meddelarna och 51 svar från de som besvarade frågelistan via internet, där de svarat på ett antal öppna frågor. Utöver detta har netnografiska studier genomförts där jag har följt diskussionen om "Halloumiskam" på både traditionella mediernas hemsidor och på sociala medier. Jag har börjat min sökning när SVT hade sina nyheter i månadsskiftet juni/juli 2019 (SVT 20190630 & 20190701, jfr Grosshög 2019) och sedan följt diskussionen som fortlöpt. Diskussion har tagit plats på Twitter under hashtaggen #halloumiskam. Ur denna empiri har fokus varit att tematisera och analysera hur olika aktörer talar, skriver och benämner detta fenomen och de känslor som finns kring

antibiotika och resistenta bakterier i relation till osten Halloumi.

#### MAT, ANTIBIOTIKA OCH KÄNSLOR

Lider DU av halloumiskam  
så här i elgrillstider?

Så här kunde man under sommaren 2019 uttrycka sig på Twitter under hashtaggen #halloumiskam. Var det en skämtsam verbalisering av de skamkänslor individen led av när denne inte lyckades göra rätt val för att rädda miljön, och antibiotikan, genom att välja bort kött? Eller var det ett motstånd mot en upplevd skambeläggning av att ha blivit tillrättavisad av WWF? För att kunna besvara dessa frågor tar analysen sin utgångspunkt i hur skamkänslor används för att benämna de relationer människor har till en mängd olika komplexa samhällsfenomen. I denna artikel fokuseras främst resistenta bakterier och överanvändning av antibiotika. Detta analytiska grepp hämtar sin inspiration från Peter N. Stearns och Carol Z. Stearns term *emotio-nologier*, som fokuserar på hur människors tal och benämning av känslor, också påverkar hur människor känner (Stearns & Stearns 1985; jfr Ljunggren 2017b). Med detta perspektiv intresserar sig analysen inte bara för hur användningen av känslan skam bygger på vad människor känner vid ett vist tillfälle, utan perspektivet kan också säga något om hur människor benämner ett fenomen. "Halloumiskam" ska därmed inte förstås som en unik känsla, utan är snarare människors kreativa sätt att använda sig av tidigare benämningar.

För att första ordet "Halloumiskam" kan det därför vara en början att undersöka på vilka sätt människor förhåll sig till antibiotika inom kött- och mejeriproduktion innan sommaren 2019. I en frå-

gelista som utkom innan "Halloumiskam" kom att diskuteras, lyftes frågan om antibiotika var något svararen reflekterade över när denne handlade kött. De flesta svarade att de gjorde så. En man i 70-årsåldern menade att han tänkte på antibiotika när han handlade kött: "Ja, men jag försöker undvika att köpa mat från länder där jag vet att antibiotika används flitigt." Mannens aktiva val bygger här på en medvetenhet av att en del länder i högre utsträckning använder sig av antibiotika i förebyggande syfte, för att djuren inte ska smitta varandra när de står hopträngda och därmed undvika att bli sjuka och växa långsammare. På ett liknande sätt resonerade en kvinna som var runt 40 år, där hon i sitt svar kunde peka ut några länder som hon menade sig vara mer drabbade än andra: "Ja, jag försöker handla kött från gårdar där jag vet vad djuren har ätit. Köper heller inte utländskt kött, tex från Danmark och Italien, där jag vet att djuren har fått mkt AB i sitt foder." Att på detta sätt peka ut specifika länder är inte ovanligt i materialet och många svarare har en egen förståelse för vilka länder som ska undvikas och vilka som är okej, något som jag har diskuterat också i andra artiklar (Hansson 2019). I en del av svaren formulerades detta perspektiv utifrån att det endast är Sverige som har en okej användning av antibiotika och att man därför endast kan handla svenskt kött. Så här skriver en kvinna i 35-årsåldern: "Rena vansinnet att använda förebyggande i djuruppfödning. Tänker inte specifikt just på antibiotika när jag handlar mat eftersom jag i princip endast väljer kravmärkt, helst svenskt, där antibiotika redan uteslutits."

Vi skulle kunna läsa dessa tre svarare som en form av emotionologier, att de handlar om att skapa främst en känslomässig benämning av vad som är ett fel-

aktigt respektive rätt val att göra som konsument. Det är "rena vansinnet" att välja kött som man vet, eller kan ana sig till, har producerats med hjälp av antibiotika. På detta sätt blir det en benämning som bygger på ett särskiljande mellan, i första hand, de länder som använder sig av antibiotika i onödan och de länder – läs Sverige – som inte gör det. I tidigare forskning har denna uppdelning analyserats utifrån att det skapas ett "Vi" som gör rätt och ett "Dom" som gör fel och därmed ska bojkottas (Brown 2019; Hansson 2019; jfr. Lévi-Strauss 1969). Att på detta sätt särskilja på ett "Vi" och ett "Dom" skapar inte bara en kulturell benämning som laddas med olika känslor – känslan av att välja rätt kött i köttdisken utan antibiotika – utan också av en kategorisering där valet som konsumenten gör, är riktat som en kritik mot en viss form av köttproduktion. Detta kan så klart också få ekonomiska konsekvenser om det är tillräckligt många konsumenter som upplever liknande känslor framför köttdisken.

Denna form av benämning av olika produkter fanns alltså redan när kritiken mot Halloumiosten från Cypern briserade i nyheterna. I artikeln från SVT kunde man läsa: "All halloumi importerar från Cypern, det land i Europa som ger allra mest antibiotika till djuren inom lantbruket. Djuren på Cypern får nästan 40 gånger mer antibiotika än svenska djur" (SVT 20190701). För de konsumenter, som likt de två kvinnorna och mannen ovan från frågelistan resonerade som så att ens inköp skulle styras av hur antibiotika användes inom köttindustrin, satte denna nyhet förmodligen mejeriproduktionen i nytt ljus. För de konsumenter som inte kände till detta sedan tidigare upplyste SVT läsaren på följande sätt: "Antibiotikaresistens räknas idag till ett av dom

största hoten mot den globala folkhälsan" och Anna Richert uttalade sig: "– Jag tycker att konsumenterna förtjänar att veta mer om det här. Jag tycker att det är en anledning att vara väldigt försiktig när man väljer produkter från Cypern i butik" (SVT 20190701). Cypern kom att kategoriseras som det land som skilde sig från Sverige när det kom till användning av antibiotika och som konsument skulle man ta avstånd ifrån produkter producerade härifrån. Produkter från Cypern blev laddade med negativa värden.

#### SKAMMEN OCH DESS IMPLIKATIONER

På en internationell marknad kan denna typ av negativa värden snabbt få konsekvenser. WWF:s första uttalande i media sommaren 2019 kom att starta inte bara en debatt på sociala medier, utan också andra aktörer blandade sig i. Cyperns vice statsveterinär var kritisk och menade att detta kunde liknas vid ett handelskrig som Sverige hade startat mot en av deras matprodukter (Grosshög 2019). I Sverige bemöttes WWF:s uttalande av forskare vid Nationellt centrum för djurvälstånd på Sveriges lantbruksuniversitet som framhöll att det mesta av antibiotikan gick till andra djur än de som producerade mjölk till halloumiproduktionen. I en DN Debatt den 5 juli avslutade de sitt resonemang med:

Ur ett strikt antibiotikaperspektiv är det klart bättre att äta halloumi än importerade charkuteriprodukter, då köttproduktionen i södra Europa har långt mycket högre antibiotikaanvändning. Ännu bättre, både vad gäller djurvälstånd och antibiotikaanvändning, är att välja kött och ost från Sverige. (Åsbjer m.fl. 2019)

Så samtidigt som de kritiserade WWF:s uttalande, valde de ändå att lyfta fram att

kött och ost från Sverige var ett bättre alternativ. I november 2019 släpptes så WWF:s sin konsumentguide och där kom den ekologiska halloumiosten från Cypern att få "grönt ljus" vad gällde just antibiotika. Den traditionella halloumiosten fick "gult ljus" vad gällde antibiotika användning, vilket betyder att det finns utmaningar när det kommer till miljö och djurens välfärd, och att man som konsument ska vara försiktig när dessa produkter ska inhandlas (WWF 2019).

Det som till en början verkade vara ett tämligen enkelt val, där konsumenten kunde göra rätt genom att välja bort denna produkt, blev plötsligt långt mer komplicerat. Det kunskapsbaserade valet där det fanns en tydligt uttalad risk – att det används för mycket antibiotika – blev istället ett mer komplext val. Risken gick så att säga från att vara mer eller mindre vetenskaplig till att bli en känsla som skulle hanteras på individnivå (jfr Ferreira & Boholm 2002). Härigenom kom den att följa den utveckling av den enskildes valfrihet som kan observeras på en mängd andra plan i samhället (jfr Salecl 2016), en form av individualisering där skammen har blivit en viktig komponent i hur valet görs. Snarare än bygga sitt val i mataffären endast på rationella fakta, ska individen nu också förhålla sig till sina val mer känslomässigt. Detta är en utveckling som inte bara gäller mataffären, utan också vid semesterresor eller vid inköp av kläder. Begrepp som flygskam och klädskam kan sägas belysa denna individualisering av komplexa problem.

Samtidigt med att ordet "halloumiskam" kom att breda ut sig, skede också ekonomiska förskjutningar och i Sverige ökade de lokala gårdsmejerier, som tillverkade ostar som i smak och konsistens kunde likna halloumi, sin försäljning (Grosshög 2019).

Denna förskjutning skulle möjligen kunna tyda på att konsumenter började göra individuella val i mataffären genom att inköpet av halloumiost blev benämnt med ordet "Halloumiskam". På detta sätt påverkade benämningen inte bara hur man kände, utan också hur man faktiskt handlade vid affärens ostdisk. Vi kan prata om att känslorna som fanns i relation till "halloumiskam" var produktiva på olika kontextuella sätt (jfr. Ahmed 2004; Ljunggren 2017a).

Genom att undersöka hur dessa emotionologier förändras över tid kan de politiska, ekonomiska och kulturella förskjutningar som sker studeras (jfr Florin 2017). Samtidigt, vilket jag velat peka på i denna artikel, behöver en ny benämning som "Halloumiskam" inte betyda att det också är helt nya förskjutningar. Med utgångspunkt i frågelistans diskussioner om de val människor tidigare hade gjort kring mat och antibiotika, vill jag argumentera för att dessa förskjutningar redan hade inträffat i Sverige. "Halloumiskam" ska därmed inte betraktas som ett helt nytt fenomen, utan snarare som en kulturell process som införlivade ytterligare en produkt, ytterligare ett val, som konsumenten skulle ta hänsyn till. Ordet "Halloumiskam" blev en del i den looping-effekt där en benämning får ett allt större värde i en viss kulturell kontext (jfr Hacking 2000).

#### FÖRÄNDERLIGA KÄNSLOR

Alla uppfattade inte "halloumiskam" som en känsla att ta hänsyn till vid ostdisken, utan för en del blev det en term som kom att användas för att ironisera och skämta. På Twitter kunde man hitta en bild på en person som inhandlat en halloumiost producerad i Sverige på ett miljövänligt sätt

och med den distanserade underrubriken: "Jobbar med min #halloumiskam". I ett annat exempel ansåg en skribent att "Halloumiskam förtär mig innifrån!" och en annan: "Har du givit ditt barn Halloumiskam idag?". I sociala medier kom "halloumiskam" att bli ett fenomen för att bland annat skämtsamt förhålla sig till den valfrihet dagens människor har att förhålla sig till. Men det blev också ett fenomen som kunde lånas för att rikta kritiken mot andra missförhållanden i samhället.

Ett sådant exempel är ett mem som producerades av ägaren till Twitterkontot "Håll Käften" (@kaften\_hall), där Batman och Robin får uttala sig om olika politiska händelser i samhället. I det aktuella memmet som publicerades 2 juli 2019 hinner Robin inte säga mer än: "Så sjukt Sverige har blivit, (KD) tänker ev samarbeta med (SD)...", innan han får en lavett av Batman och som samtidigt säger: "Håll käften! Det sjuka med Sverige är att halloumiost fick mer nyhetstid på SVT än ett dubbelmord". Här riktas kritiken mot konventionella medier som SVT och att det snarare är de som ska skämmas för hur de värderar olika nyheter.

På detta sätt särskildes gruppen som enbart gjorde sig lustiga över begreppet och inte ansåg sig behöva göra ett aktivt val, och de som försökte agera och göra något i linje med den skam man kände. En liknande uppdelning har också förekommit mellan de som anser att de inte behöver ta hänsyn till den miljöpåverkan flyget genererar och därmed anser sig ha en rätt att ironisera över "flygskam" och de som upplever en stark skamkänsla av att flyga och därför helt väljer bort flyget som transportmedel.

"Halloumiskam" kom därmed att bli en term som snabbt bäddades in i kulturella processer kring de föränderliga, men

*Bild 1: Från Twitterkontot "Håll Käften" (@kaften\_hall) skapas ironiska mem över dagsaktuella händelser. Här lyfts problemet med att ett dubbelmord inte får tillräckligt med uppmärksamhet i SVT på grund av diskussionen om halloumiost och "Halloumiskam" under sommaren 2019. Men det skulle också kunna läsas som en ironisering över svenskarnas förhållande till ordet "Halloumiskam" och rädslan att göra fel val. Bilden är publicerad 2 juli 2019.*

också komplexa, känslor som finns kring vardagliga val som har en påverkan på miljön och på utvecklingen av resistent bakterier. Det blev en känsla som förmodligen påverkade en del människor att välja den svenskproducerade halloumiosten, medan andra snarare såg möjligheten att ironisera över svenskens osäkerhet. Tidigare etnologiska studier har historiskt undersökt hur denna typ av känslöförändringar skapar andra möjligheter för människor att handla eller att uttrycka nya identiteter än tidigare (jfr Frykman & Löfgren 1979). Dessa förändrade benämningar på känslor påverkar inte bara den enskilda individen, utan det sker också en mängd olika förskjutningar inom politik, ekonomi och kultur (jfr Florin 2017). Om "Halloumiskam" sätts in i en sådan kul-

turanalys, kan termen också betraktas som ett kulturellt uttryck för en känslomässig förändring som är pågående och som på sikt möjligen förändrar våra vanor vid till exempel ostdisken.

#### AVSLUTNING

Kanske var det inte så konstigt att termen "Halloumiskam" myntades i Sverige med tanke på att ordet "skam" redan användes i olika sammanhang relaterade till just miljöfrågor. Skammen synliggjorde de val individen förväntades göra för att minska sin individuella påverkan på miljön. Samtidigt är det exempel som lyfts fram i denna artikel också en analys för hur en skambeläggning kan fungera, att männis-

kors handlande begränsas och sånt som tidigare ansågs vara ett accepterat agerande istället kommer att betraktas som felaktigt. Skambeläggning skapar politiska, ekonomiska och kulturella förskjutningar, men det kan också skapa en motmakt i form av att en term som "Halloumiskam" vävs in i olika skämt och ironiseringar. Vad som är intressant med detta exempel, och också de andra exempel som kopplar samman skam och miljö, är hur skambeläggning riktar sig mot den enskilda individens valfrihet som konsument. Det är som om individen, hur hon än gör, inte riktigt kan göra rätt. Det gör möjligen också att samhället blir mer divergerat i frågan, mellan de som lider av den skam de drabbas av och de som kan skämta bort den med att: "Jag har Halloumiskam ikväll" samtidigt som de lägger en halloumiost från Cypern på grillen.

## NOTER

- 1 I texten från SVT uppges att Sveriges import av Haloumi gått från 21 ton 2010 till 4 000 ton 2018 (SVT 20190701).
- 2 Studien som frågelistan ingår i var finansierad av Crafoordska stiftelsen. Även Erik Philip-Sörensens stiftelse och Pufendorfinstitutet har bidragat med forskningsmedel. Ett stort tack för stödet och möjligheterna att bedriva denna forskning! Jag vill också tacka Gabi Louisedotter vid Folkliksarkivet vid Lunds universitet för kunnig hjälp att utforma frågelistan. Studien är godkänd av etikprövningsnämnden (Dnr 2017/744).

## Referenser

- Ahmed, Sara, 2004, *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Brown, Nik, 2019, *Immunitary Life: A Biopolitics of Immunity*. London: Palgrave Macmillan.
- Daun, Åke, 2010. *Med rörligt sökarljus: Den nya etnologins framväxt under 1960- och 1970-talen*. Stockholm: Dejavu.

- Ferreira, Celio & Boholm, Åsa, 2002. "Kulturell riskhantering", i Boholm, Åsa; Hansson, Sven Ove, Persson; Johannes & Peterson, Martin (red.). *Osäkerhetens horisonter: Kulturella och etiska perspektiv på samhällets riskfrågor*. Nora: Bokförlaget NyaDoxa.
- Florin, Christina, 2017, "Skambefrielsen: Nya känsleregler för kärlek och sexualitet under 1960- och 70-talen", i Bergman, Helena; Florin; Christina & Ljunggren, Jens (red.). *Känslornas revolution: Kärlek, ilska och lycka på 1970-talet*. Stockholm: Appell förlag.
- Frykman, Jonas & Löfgren, Orvar, 1979. *Den kultiverade människan*. Lund: Liber Läromedel.
- Grosshög, Hanna, 2019. "Svensk 'halloumi' fick uppsving efter larm om antibiotika", i *Dagens Nyheter*, 2019-12-02, s. 16-17.
- Hacking, Ian, 2000. *Social konstruktion av vad?* Stockholm: Thales.
- Hansson, Kristofer, 2019. "Att oroa sig för antibiotikaresistens: Kulturella föreställningar kring ett läkemedel", i *Socialmedicinsk tidskrift*, Vol. 96, Nr. 6, s. 851-858.
- Lévi-Strauss, Claude, 1969 (1949). *The Elementary Structures of Kinship*. Boston: Beacon Press.
- Ljunggren, Jens, 2017a. "Känslor, tid och förändring", i Bergman, Helena; Bergman, Helena, Florin, Christina och Ljunggren, Jens (red.). *Känslornas revolution: Kärlek, ilska och lycka på 1970-talet*. Stockholm: Appell förlag.
- Ljunggren, Jens, 2017b. "Kampen om vrede: 1960- och 70-talens emotionella utmaning av den svenska socialdemokratin", i Bergman, Helena; Florin, Christina & Ljunggren, Jens (red.). *Känslornas revolution: Kärlek, ilska och lycka på 1970-talet*. Stockholm: Appell förlag.
- Marcus, George E, 1995. "Ethnography in/of the world system. The emergence of multi-sited ethnography", i *Annual Reviews of Anthropology*, 24.
- Salecl, Renata, 2016. *Valfrihetens tyranni*. Hägersten: Tankekraft.
- Stearns, Peter N. & Stearns, Carol Z., 1985. "Emotionology: Clarifying the History of Emotions and Emotional Standards", i *The American Historical Review*, Vol. 90, No. 4, s. 813-836.
- SVT 20190630. "Halloumiimporten exploderar. Kommer från Europas värsting när det gäller antibiotika till djur", <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/halloumiimporten-exploderar-kommer-fran-europas-varsting-nar-det-galler-antibiotika-till-djur> (hämtad 17 februari 2020)
- SVT 20190701, WWF: "Försiktigt med varor från

Cypern", <https://www.svt.se/nyheter/nyhetstecken/wwf-halloumi-kan-vara-samre-for-miljon-an-kott-2> (hämtad 17 februari 2020)

WWF 2019, "Köttguiden", Världsnaturfonden WWF. [https://www.wwf.se/cdn.triggerfish.cloud/uploads/2019/11/19-7517-kottguiden\\_191025\\_final-2-1.pdf](https://www.wwf.se/cdn.triggerfish.cloud/uploads/2019/11/19-7517-kottguiden_191025_final-2-1.pdf) (hämtad 19 februari 2020)

Åsbjer, Elina, Berg, Lotta, Lindsjö, Johan & Steen, Margareta, 2019. "Ingen koppling mellan halloumi och antibiotika", Dagens Nyheter, 2019-07-05. <https://www.dn.se/asikt/ingen-koppling-mellan-halloumi-och-antibiotika/> (hämtad 19 februari 2020).

## SUMMARY

"Halloumi shame" and our life-giving antibiotics: Cultural conceptions of dangerous bacteria and problematic pharmaceuticals

("Halloumiskam" och vårt livgivande antibiotikum: Kulturella föreställningar om farliga bakterier och problematiska läkemedel)

This article studies the Swedish concept of "Halloumi shame". The concept was invented in 2019 when the World Wide Fund for Nature (WWF)

criticized Cyprus – the home country of this cheese – for using large quantities of preventative antibiotics in animal husbandry, leading to an increased prevalence of resistant bacteria. "Halloumi shame" was being used to deal with different complex phenomenon in society at this time. More specific, this study analyses how "Halloumi shame" came to signify the cultural conceptions that exist in Sweden regarding concern over antibacterial resistance. The analysis is based on empirical data from a questionnaire and netnographic studies of Twitter. By studying the use of shame in more detail, the analysis focuses on those cultural conceptions that characterise our relationships to pathogenic bacteria and antibiotics. I argue that "Halloumi shame" is used to signify those who suffer from the shame and do not buy Halloumi; the concept is also used to mock different phenomena in contemporary Swedish society, as for example the difficulty of make a green choice.

*Keywords: skam, halloumiskam, antibiotika, resistenta bakterier, läkemedel.*

*Kristofer Hansson is a lecturer at the Department of Social Work, Malmö University and holds an Associate Professorship in Ethnology.*