

My Helsing & Johanna Ilmakunnas (red.), *Shopping i Stockholm. Sociala praktiker på gatunivå 1700–1850* (Stockholm: Stockholmia förlag, 2023). xx + 195 s.

*Martin Wottle, Södertörns högskola*

*Shopping i Stockholm* är en ambitiöst upplagd och omfattningsrik antologi som vill omfatta inköp och konsumtion – här shopping – som socialt fenomen i Stockholm, vid tiden för det tidiga industriella genombrottet och fram till näringsfrihetens och den egentliga industrialiseringens brytningstid. I tio kapitel får vi följa såväl konsumenter som försäljare, vilka – ännu inom ramen för ett korporatistiskt reglerat näringsliv – utgjorde marknaden för framför allt tyger, modevaror och skönhetsprodukter. (Här finns förvisso andra varuslag representerade, men det är dessa branscher som dominerar bilden.) Såsom vi har vant oss vid böcker från Stockholmia förlag är boken också vackert formgiven och inbunden och rikligt illustrerad.

En av bokens ambitioner är att – utifrån redaktörernas programförklaring – ”ladda” termen shopping med ”nya associationer”. Målet är att nyansera en bild som cementerats via framför allt anglosaxisk forskning, där 1700-talet framställs som ett modernitetens plötsliga genombrott inom konsumtionen, som barn av industrisamhällets framväxt. Med denna bok vill författarna snarare framhålla ”en följd av gradvisa förändringar på gatunivå, i människors vardag” (s. 10).

Shopping definieras här som ”en social praktik grundad i nöje, socialt umgänge eller behov med fokus på inköp som ofta (men långt ifrån alltid) skedde via en butik”. Och vidare bör shopping ses som ”ett möte mellan tillverkare, försäljare och kund”, men vilket möte också ska problematiseras utifrån ett historiskt perspektiv. I förlängningen hoppas redaktörerna att boken ska kunna ”ge perspektiv på dagens kommersiella tendenser” (s. 10).

Bokens tio bidrag är uppdelade i tre avdelningar, med fokus på shoppingens ”hur” (den sociala praktiken); dess ”var” (handelns geografiska struktur och ut-

<https://doi.org/10.7557/4.7694>

*Copyright:* © 2024 The Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

veckling); samt dess "varför" (drivkrafter och behov bakom inköpen). Det elva personer starka forskarlaget bakom är en multidisciplinär skara inom historia, ekonomisk historia, idéhistoria, konstvetenskap, etnologi och textilvetenskap, med viss slagsida åt Uppsala och Stockholms universitet. Det råder alltså ingen tvekan om att boken vill teckna en mångfacetterad bild av den privata konsumtionens förutsättningar och praktik, under en lång tidsperiod.

Det är kanske en oundviklig effekt av bokens uppläggning, att det är i den första avdelningen – shoppingens "hur" – som bilden av inhandlande som social praktik blir tydligast. Det är i beskrivningen av salubodarna som sociala mötesplatser, hur bodar ofta höll öppet till långt inpå kvällarna för att tillgodose sina högrestatuskunders önskemål, och hur relationen mellan kund och handlare kunde utvecklas till långvarig vänskap och familjaritet, som man som läsare kommer närmast aktörerna. Viktigt är också att vi här tydligt rör oss i en förindustriell värld. Här anas ingen massstillverkning eller vårdslös hantering av billiga konsumtionsvaror. Det sys hemma, ändras och lagas och svängningarna i modet verkar alltid underkastade den noggranna hushållningen. Till detta kommer att marknadens struktur och regelverk – och avsaknaden av konfektion – framtvingar en långsamhet i procedurerna, som ofta talar emot en modern bild av fenomenet shopping.

Men det finns också företeelser – här exemplet hårvårdsprodukter – som pekar på framväxten av en modernare marknad, där konsumenter fick tillgång till ett större urval av snarlika produkter. Inom detta område pekar Leif Runefelt på något nytt som i stort kommit att definiera det moderna kommersiella landskapet – varumärket. Just den gradvisa övergången från kundens relation till en viss handlare, till en relation till ett speciellt varumärke är en central aspekt av utvecklingen mot en modern konsumtionsmarknad. Besläktad med denna utveckling är också framväxten av en visuell kultur, där mode spreds via boklådornas försäljning av modegravyrer.

Redaktörerna vill peka på hur shoppingen inte i första hand var avhängig ekonomiska medel, utan snarare var ett uttryck för, och beroende av, sociala relationer. Liksom hur dessa relationer var en förutsättning för den kreditvärdighet som i sin tur avgjorde svängrummet för shoppingen. Här antyds att kreditvärdigheten var central för alla sociala skikt, vilket dock inte riktigt återspeglas i bokens studieobjekt, som med få undantag är huvudstadens (med omland) aristokrati inklusive kungahuset. Endast Marie Steinruds kapitel om skådespelare tar på allvar itu med en grupp som oavsett faktiskt ekonomiskt utrymme var tvungna att upprätthålla skenet i offentligheten genom sin apparition, ofta med svår skuldsättning och konkurs som följd.

Förutom denna klassmässiga slagsida måste genusaspekten nämnas, i första hand för att den inte problematiseras i någon större utsträckning. Återigen finns

här undantag, men i stort framställs shopping som en kvinnlig – aristokratisk – angelägenhet. Redaktörerna framhåller att boken fjärrar sig från en traditionell bild av kvinnor som passiva konsumenter och spenderare av mäns pengar, till att ge en bild av konsumtion som utslag av kvinnors agens, kompetens och kunnande – ”materiell läskunnighet”, med My Hellsings ord. Även en grevinna måste kunna mycket om material, handarbetstekniker och ekonomi, för att utfallet av alla inköp skulle bli det förväntade, i en tid då fortfarande mycket litet gick att införskaffa i fullt konsumtionsfärdigt skick.

På det empiriska planet är boken som helhet en god illustration till detta, men man kan ändå – liksom i fråga om klassperspektivet – undra litet över avsaknaden av en tydligare diskussion om denna genusmässiga obalans.

Så avslutningsvis till själva kärnan – fenomenet shopping. I stora drag avstår de flesta av bokens bidrag från att ge sig in i någon egentlig diskussion om begreppet, vilket kanske, i ljuset av det breda anslaget, är klokt. För där Årstafruns ibland dagslånga vandringar mellan bodar och verkstäder kan sortera även under en modern tolkning av shopping, blir det svårare när man läser Johanna Ilmakunnas bidrag om familjen von Fersens konsumtionsmönster. Hur ska investeringar i möbler och bohag och hantverkarräkningar till ett nyrenoverat adligt stadspalats passas in i sammanhanget? Göran Ulväng och Gudrun Andersson pekar också på hur många affärer för familjen Spens räkning togs om hand av anställda som fungerade som agenter vilka skötte de upparbetade kontakterna med köpmän i Stockholm; inte heller det en form av konsumtion som lämpar sig för begreppet shopping.

En aspekt som skulle ha kunnat beröras i samband med shoppingbegreppet är den förmodade övergången till varor tillverkade av förbrukningsmaterial (*perishable goods*), vilket i sig var en följd av den industriella tillverkningen. Hur material som dominerat i hundratals år, som ylle och linne, tenn och koppar, ersattes med bomull och porslin; varor som å ena sidan var billigare och därmed spreds till flera samhällsskikt, men som å andra sidan inte hade något inneboende materialvärde och som var förbrukade när de var slitna eller sönderslagna. Denna utveckling från – med antropologen Grant McCrackens ord i *Culture and Consumption* (1990) – ”förvaltande” till modern konsumtion, där människor snarare köpte än ärvde bohag och ägodelar, drev på utvecklingen mot konsumtion som del av just det personliga projekt – eller livsstil – som boken tar avstamp i. Även här kunde bokens annars så snäva klassperspektiv ha vidgats.

Bokens ambition – att ”ladda” begreppet med ett nytt innehåll – fungerar därmed olika bra för olika bidrag, och det sammanlagda intrycket måste då kanske bli att detta är ett gediget stycke konsumtionshistoria, som *delvis* förmår placera in shopping som företeelse i en tidigmodern kontext.