

HISTORISK TIDSKRIFT
(Sweden)

124:2 • 2004

Översikter

Ståndsmanifestation och modeväxlingar – konsumtionskultur under tidigmodern tid

Av Gudrun Andersson

Nancy Cox, *The Complete Tradesman. A Study of Retailing, 1550–1820*, Ashgate, Aldershot 2000. 270 s.

Michael North, *Genuss und Glück des Lebens. Kulturkonsum im Zeitalter der Aufklärung*, Böhlau Verlag, Köln 2003. 306 s.

Woodruff D Smith, *Consumption and the Making of Respectability, 1600–1800*, Routledge, New York & London 2002. 339 s.

Jon Stobart & Alastair Owens (eds), *Urban Fortunes. Property and Inheritance in the Town, 1700–1900*, Historical Urban Studies, Ashgate, Aldershot 2000. 241 s.

Att vi idag lever i ett utpräglat konsumtionssamhälle är för många – åtminstone i västvärlden – en självklarhet. När vi studerar konsumtion i äldre tid följer dock lätt vår egen förståelse av begreppet konsumtion med, vilket leder till en onödig insnävning av såväl begreppet som forskningsområdet. Så framhåller till exempel Alastair Owens och Jon Stobart, i inledningen till antologin *Urban Fortunes. Property and Inheritance in the Town, 1700–1900*, att endast föremål som förknippas med individuellt ägande och/eller ses som nyheter blir av intresse för forskningen. Vidare menar de att föremålen i sig hamnar i fokus, utan att sättas in i ett vidare sammanhang.

Nancy Cox är inne på samma linje när hon, i *The Complete Tradesman. A Study of Retailing, 1550–1820*, diskuterar forskningens oförmåga att beakta detaljhandelns framväxt under 1600- och 1700-talen. Att förlägga konsumtionssamhällets uppkomst till 1800-talets senare hälft är, enligt Cox, ingenting annat än en "historiografisk myt" (s 223). I *Consumption and the Making of Respectability, 1600–1800* går Woodruff Smith, på liknande grunder, till hårt angrepp mot dem som förklarar förändrade konsumtionsmönster utifrån ekonomiska förutsättningar allena. Att en vara fanns att tillgå och att det fanns pengar att köpa den förklarar inte *varför* varan efterfrågades.

Det har alltså höjts en del kritiska röster mot att senare års forskning varit alltför inriktad på konsumtion i bokstavlig bemärkelse, det vill säga försäljning och inköp av enskilda varor, och att det ekonomiska sammanhanget dominerat som förklaringsram. En följd härav är att den industriella revolutionen, med uppkomsten av en expanderande marknad och av en penningekonomi, gärna ses som en förutsättning för att kunna tala om konsumtion.

En gemensam nämnare för de fyra böcker som här recenseras är att författarna tar ett uttalat kulturhistoriskt grepp på konsumtionen och att de studerar seklen före den industriella revolutionen. Detta leder, för det första, till att en mer komplex och mångfacetterad syn på konsumtionen som fenomen framträder, både vad gäller dess uppkomst och fortsatta förändringar. För det andra hamnar de formativa faserna rörande konsumtionen i blickfånget.¹

Böckerna har dock skilda fokus, vilka speglar olika led eller aspekter av konsumtion. Woodruff Smith och Nancy Cox behandlar båda grundläggande förutsättningar för konsumtion, den förra uppkomsten av efterfrågan på specifika varor, den senare tillhandahållandet av varor genom butiker. Hos Michael North avhandlas konsumtion omsatt i praktiken – vad som konsumeras och av vem. Hos författarna i antologin *Urban Fortunes*, slutligen, behandlas ägandets innebörd och överlåtelse av egendom.

I sin bok *Consumption and the Making of Respectability, 1600–1800* sätter Woodruff Smith, som titeln utvisar, konsumtion i relation till begreppet "respectability".² Smith är den som mest uttalat diskuterar det kulturella sammanhangets avgörande betydelse, och han gör det i likaledes uttalad polemik mot alltför ekonomisk-historiskt präglade analyser. Med inspiration från antropologen Marshall Sahlins talar Smith om förekomsten av flera parallella kulturella kontexter och att alla uttryck för konsumtion måste förstås i förhållande till dessa.

Dessa kontexter, vilka behandlas i varsitt kapitel, är "gentility", "luxury", "virtue", "rational masculinity", "domestic femininity" samt "respectability". Den samtida innebörden i varje kontext analyseras noga, bland annat utifrån ett digert utbud av litteratur, traktater, pamfletter et cetera, och konsum-

1. Som en viktig inspirationskälla för det kulturhistoriska perspektivet och dess genomslag, se John Brewer & Roy Porter (eds), *Consumption and the World of Goods*, London & New York 1993; Ann Bermingham & John Brewer (eds), *The Consumption of Culture 1600–1800. Image, Object, Text*, London & New York 1995.

2. Woodruff Smith är professor i historia vid University of Massachusetts, Boston.

tionens roll exemplifieras genom importvaror från Asien, i synnerhet te/kaffe/kakao, kryddor och textilier.³

Konsumtion i syfte att markera status hade särdeles stor betydelse rörande "gentility". Särskilt statusmarkerande var det att följa de snabba modeväxlingarna, vilket markerade att personen ifråga hade en ansevärd summa pengar, tillgång till information om vad som för stunden var i ropet samt valde att spendera pengar på statusgenererande föremål. Smith lyfter här fram spänningen mellan den traditionella eliten – adeln – och en framväxande ny elitgruppering – bourgeoisien. Där adeln i stor utsträckning kunde vila på äldre sociala strukturer, med börden som särskiljare, var den ostentativa konsumtionen ett av bourgeoisiens viktigaste uttrycksmedel. Smith framhåller dock, här och på flera andra ställen, att det inte rörde sig om en imitation och upprepning av adliga kulturella mönster. Tvärtom var det nödvändigt för denna nya grupp att skapa sig en egen kulturell kontext, där deras värderingar var bestämmande. Och det är just i anslutning till bourgeoisien som Smiths övergripande begrepp "respectability" blir centralt. Utifrån valda delar ur de andra kontexterna formerade sig bourgeoisien kring en kontext där "respectability" var honnörsordet. I kapitlet om "luxury" och "virtue" fortsätter Smith diskussionen kring hur den nya kontexten tog form genom förfinad smak och intresse för hälsa och renlighet.

En än mer framträdande roll ges bourgeoisien i de två avslutande kontexterna "rational masculinity" och "domestic femininity". Smith argumenterar välgrundat för att uppkomsten av dessa två kontexter i grunden omdefinierade relationen mellan kvinnligt och manligt, och att denna nya genuskonstruktion är en av de mest påtagliga produkterna av 1600- och 1700-talen. Exemplifieringen med konsumtion av enstaka varor fungerar allra bäst i dessa två kapitel. Här kopplas maskuliniteten samman med kaffe och den publika arenan som kaffehuset erbjöd, femininiteten med te och det framhävande av hem och familj som tejudningen innebar. Smith framhåller, liksom tidigare Amanda Vickery,⁴ att tejudningarna – den privata karaktären till trots – var av stor betydelse socialt och kulturellt, dels genom att de tillhandahöll ett tillfälle att visa upp familjens nya uppsättning utensilier och möbler som behövdes för tedrickandet, dels genom att familjen här framhölls som grunden för "respectability".

3. Denna typ av varor diskuteras i Leos Müllers artikel i föreliggande nummer om handel och konsumtionskultur.

4. Amanda Vickery, *The Gentleman's Daughter. Women's Lives in Georgian England*, New Haven & London 1998.

Consumption and the Making of Respectability är en bok med stora förtjänster. Smiths genomgående tillvägagångssätt att bena upp begrepp och förlopp, ifrågasätta tidigare tolkningar och samtidigt ha större samhällsombildningar som bollplank ger analysen driv och läsaren många uppslag. Samtidigt är detta bokens svaghet; det blir helt enkelt för mycket och skogen skymms av alltför många träd. Kanske är det symptomatiskt att det avslutande empiriska kapitlet som behandlar den nya kontexten "respectability" känns tunt jämfört med övriga kapitel.

Det breda angreppssättet är dock ett stort plus, liksom beredvilligheten att ställa enkla, snudd på naiva frågor. Det var just en sådan naiv fråga som fick Smith att över huvud taget ge sig i kast med ämnet, nämligen då en student i samband med en föreläsning om sockerhandel frågade: "But why did people in Europe want all that sugar?" (s 2) Smith blev studenten svaret skyldig.

Betydligt mer sammanhållen är Nancy Cox bok *The Complete Tradesman. A Study of Retailing, 1550–1820*.⁵ Med utgångspunkt i de provinsiala handelsmännen och deras familjer behandlar Cox en annan av konsumtionens förutsättningar, nämligen framväxten och utbredningen av butiker och, som en följd därav, företeelsen "shopping". Boken inleds med en kort genomgång av senare tids debatt om konsumtion och detaljhandel. Här finns, liksom hos Smith, en udd mot tidigare forskning, vilken enligt Cox överbetonat skillnaden mellan den tidigmoderna och den moderna konsumtionen.⁶

Undersökningen inleds med en genomgång av hur samtiden såg på handel och konsumtion. En av dessa samtida är författaren Daniel Defoe, vars bok *The Complete English Tradesman* sannolikt inspirerat hennes eget val av titel.⁷ Därefter avhandlas i separata kapitel butikens utbredning, försäljningslokalens inredning, relationen mellan köpare och säljare, nätverk inom handelsmannakollektivet samt marknadsföring av nyheter.

De avsnitt som för mig framstår som mest intressanta – och vilka vi också saknar mer ingående kännedom om – är de som behandlar butikens lokalens utseende och inredning samt försäljningssituationen. Bouppteckningar, inventarieförteckningar och bildmaterial är flitigt använda källmaterial. Cox och hennes medförfattare till kapitel 3, Claire Walsh, visar hur försäljningslokaler utvecklats från ett "hål i väggen", där det förutsattes att kunden redan på

5. Nancy Cox är "Honorary Research Fellow" vid University of Wolverhampton.

6. Se dock Neil McKendrick, John Brewer & J H Plumb (eds), *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-Century England*, London 1982.

7. Boken utkom år 1726. Daniel Defoe anförs för övrigt, med denna och andra böcker, av Smith som en av flera "makers of respectability" (s 228ff).

förhand kände till vad som erbjöds, till större butikens lokaler där kunden hade utrymme att betrakta varorna såväl i skyltfönster som inne i lokalen. Just att kunna ta klivet *in i* butiken spelade en stor roll för utvecklingen av "shopping" som en sysselsättning för framför allt mer välbeställda damer. I kampen om kunderna var sådant som butikens läge och utvändiga dekorer, varors exponering i skyltfönster samt personalens klädsel och uppträdande avgörande.

Redan butiken i sig var alltså ett viktigt led i marknadsföringen. Därutöver användes också vad Cox benämner "trade cards", det vill säga reklamblad som delades ut i butiken. Dessa blad innehöll kortare texter om butikens utbud, men de pryddes därtill av symbolmättade illustrationer som även de anspelade på varorna. På ett blad från en butik med italienska varor fanns bland annat fem små bilder av italienska städer vilka hos betraktaren skulle förknippas med specifika varor, som exempelvis Bologna med "sausidges". Genom att använda både text och bild förstärktes budskapet, och även de som inte kunde ta del av texten tilltalades ändå av illustrationerna.

Marknadsföringen ställdes inför särskilda utmaningar när det gällde nya varor. Samtidigt som kunderna attraherades av det nya – tedrickandet är det mest frapperande exemplet – var de konservativa i andra avseenden. Ett sätt att göra det nya eftertraktat var att ge varan ett namn som inte var för främmande, ett annat att placera in det nya i ett bekant sammanhang eller göra det till en del av en större uppsättning. Cox är här inne på liknande tankegångar som Smith, nämligen att den kulturella kontexten blir viktig för att förstå det nya.

The Complete Tradesman är en mycket läsvärd bok, som övertygande visar detaljhandelns tidiga historia och dess komplexitet. På minuskontot kan anföras att den emellanåt är väl grundlig, vilket sannolikt beror på Cox ambition att ta död på den "historiografiska myten". Vidare är det engelska sammanhanget väl självklart, vilket bitvis lämnar en utombrittisk läsare något i sticket. Detta är dock endast randmärkningar.

Från förutsättningarna är det dags att komma in på den faktiska konsumtionen, vilken behandlas av Michael North i boken *Genuss und Glück des Lebens. Kulturkonsum im Zeitalter der Aufklärung*.⁸ North tar sitt avstamp i upplysningstiden, och han konstaterar att tidigare forskning om perioden i hög grad studerat den politiska offentligheten. 1700-talet utgjorde dock, med kommersialisering och ett ökat kulturutbud, en höjdpunkt för kultur-

8. Michael North är professor i historia vid Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald. Översatt till svenska lyder titeln "Njutning och lycka i livet. Kulturkonsumtion under upplysningstiden".

konsumtionen. De nya möjligheterna till "kulturkonsumtion" analyseras med avseende på utbudets bredd och variation, dess tillgänglighet samt den identitet som förmedlades via kulturkonsumtionen.

I nio kapitel behandlas en rad kulturella företeelser: böcker och läsning, resande, mode, boende, trädgårdar och lantställe, konst och smak, musik, teater och opera samt njutningsmedel och umgänge. Som synes inbegrips såväl materiella ting som upplevelser i kulturkonsumtionen, vilket ger en mycket god inblick i det sociala livets umgänge och förpliktelse.

Det empiriskt vittomfamnande angreppssättet gör att boken till sin karaktär är mer av ett översiktsverk. Den grundar sig till stora delar på sekundärlitteratur – däribland flera verk av North själv – och på samtida tidskrifter och kataloger. Bouppteckningar framträder ånyo som en central källa för att studera konsumtion.

Liksom Cox poängterar North hur viktiga samtida tryck var för att sprida trender och nyheter inom kulturområdet. Mode förekom, som faktisk förebild, endast i större städer som Hamburg och Frankfurt, men nådde genom tidskrifter och kataloger en avsevärt större spridning. De främsta förebilderna hämtades från Paris och senare från London, men parallellt med detta fördes diskussioner om att efter bland annat svensk förebild införa en "nationell dräkt".

En av de viktigare tidskrifterna var *Journal des Luxus und der Moden*, som utkom första gången år 1786. Titeln innehåller två nyckelbegrepp för kulturen överlag, "Moden" och "Luxus".⁹ "Moden" som ursprungligen avsåg klädmode vidgades till att omfatta livsstil och smak i allmänhet; på liknande sätt förlorade "Luxus" sin entydigt negativa laddning.¹⁰ Tidskriften handlade alltså om kultur i vid bemärkelse, vilket syns i det nya namn – *Journal für Literatur, Kunst, Luxus und Mode* – tidskriften fick under 1800-talets början.

I slutdiskussionen fastslår North att utbudet liksom antalet kulturkonsumenter ökade under 1700-talets lopp. Detta ledde i sin tur till en nivellering av smakpreferenser eftersom adel och borgare deltog i utbudet på allt mer lika villkor. Först under kommande sekel skulle en specifikt borgerlig smak uppstå. Utifrån Smiths resonemang kan sägas att North här kartlagt "respectability" i vardande.

9. Begreppens nära samhörighet är tydlig även i dagens forskning, där konsumtion ofta relateras till lyx. Se till exempel Maxine Berg & Helen Clifford (eds), *Consumers and Luxury. Consumer Culture in Europe 1650–1850*, Manchester 1999.

10. Den svenska debatten kring lyx behandlas i Leif Runefelts artikel i föreliggande nummer.

Genuss und Glück des Lebens är ett lysande exempel på ett lyckat översiktsverk, som utan att förfalla till ytlighet ger en god inblick i och värdefull information om konsumtion i äldre tid. En svensk motsvarighet hamnar högt upp på önskelistan. Ett extra stort värde har boken då den skildrar tyska förhållanden, förhållanden som lätt hamnar i den anglo-amerikanska historie-skrivningens skugga. Litteraturförteckningen är en guldgruva: här omnämns bland annat ett digert fembandsverk om boendets historia som, vore det skrivet på engelska, skulle vara en standardreferens inom svensk kulturhistorisk forskning.¹¹

Med sitt fokus på arv och ägande skiljer sig *Urban Fortunes. Property and Inheritance in the Town, 1700–1900* något från de övriga böckerna. Dock är konsumtionsforskningen ett av de områden vari antologins redaktörer Jon Stobart och Alistair Owens tar sitt avstamp för att komma åt de sociala aspekterna av egendomsöverlåtelse. I linje med den kritik jag ovan berört betonar redaktörerna vikten av att se egendom i vidare bemärkelse, dels genom att inkludera mer vardaglig konsumtion, dels genom att lägga vikt vid hur föremål införskaffades och användes.

Vidare lyfter de fram *staden* som en primus motor för de nya konsumtionsmönster som uppstod under 1700-talet, och särskild tonvikt lägger de vid hemmet som arena för att manifesteras de nya vanorna. Vikten av de urbana miljöerna är påtaglig – om än underförstådd – även i de andra böckerna.

Av intresse för konsumtionstemat är framför allt de två artiklar som berör ägandets innebörd.¹² I "Town Versus Country: The Property of Everyday Consumption in the Late Seventeenth and Early Eighteenth Centuries" jämför Lorna Scammel vardagskonsumtionen i stad och på landsbygd.¹³ Med bouppteckningsmaterial som grund visar Scammel att föremål som gardiner (för fönster) och tavlor var tydliga urbana fenomen, liksom i viss mån även porslin. För att förstå skillnaderna problematiserar hon vad som krävdes för att någon skulle välja att investera i en typ av föremål. Utöver ekonomiska tillgångar måste hushållet dels känna till och kunna införskaffa varan, dels ha ett syfte med införskaffandet – praktiskt, socialt, emotionellt et cetera. Resonemanget liknar i hög grad det som Smith för. Scammels resultat är mycket

11. *Geschichte des Wohnens*, Band 1–5, Stuttgart 1996–1999. Banden omfattar perioderna 5000 f Kr–500 e Kr, 500–1800, 1800–1918, 1918–1945 samt 1945–1999.

12. För den som är intresserad av egendomsöverföring kan de övriga artiklarna varmt rekommenderas.

13. Lorna Scammel arbetar vid University of Newcastle. Under sitt tidigare efternamn Weatherill har hon bland annat publicerat *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain, 1660–1760*, 2:a upplagan, London & New York 1996.

intressanta, eftersom de grundar sig på ett stort empiriskt material. Hennes statistiska beräkningar är emellertid väl avancerade och inte helt lätta att följa.

Ägandet vidgas avsevärt i artikeln "Meanings of Property and the World of the Petite Bourgeoisie".¹⁴ För de relativt småskaliga handelsmän och hantverkare som Geoffrey Crossick studerar var fast egendom av större vikt än den personliga egendomen. I ägandet inbegrips även mer abstrakta tillgångar som privilegier och yrkesstatus; en mästartitel kunde vara en mycket viktigare tillgång än ekonomiskt kapital. Hur handelsmännen manifesterade sin status exemplifieras med vykort. Kortet visar butiker med varor snyggt exponerade på gatan utanför. Affärsinnehavaren finns själv med på bilderna, flankerad av familj och/eller personal. Vykortet är av sent datum, sekelskiftet 1900, och visar fortsättningen på den utveckling som Cox tecknat både avseende butikslokalerna och behovet av att göra reklam.

De böcker jag här behandlat berör alla olika aspekter av konsumtion. Naturligtvis är de värdefulla var och en i sig. En sammantagen läsning pekar dock ut en rad gemensamma nämnare, vilka är centrala för förståelsen av den tidigmoderna konsumtionen. En sådan är det ökade utbudet av och tillgängligheten till en mängd varor. Butikernas framväxt och marknadsföring var härvidlag av stor vikt, liksom städernas roll i utvecklingen. Vidare är lyxkonsumtion ett återkommande begrepp. Det ges dock olika definitioner, och en fortsatt diskussion om begreppets innebörd är angelägen.

Ytterligare en gemensam nämnare är hur olika grupper i samhället markerade sin status genom konsumtion, och det är i huvudsak spänningen mellan hov, adel och bourgeoisie som lyfts fram. Att anamma nyheter och följa modeväxlingar tycks i detta avseende ha varit av särskilt stor betydelse. Som enskilda varor intar kaffe och te en särställning. Med kaffet följde kaffehusen som en av tidens viktigaste offentliga arenor. På liknande sätt följdes teet av tebjudningar, vilka i sin tur ledde till flera genomgripande förändringar i vardagen. Konsumtionen av kaffe och te fick därtill stora konsekvenser för definitionen av kvinnligt och manligt.

Böckerna här utgör blott ett axplock ur en rik flora av konsumtionsböcker. Förhoppningsvis inspirerar de till en vitaliserad forskning rörande svenska förhållanden. Flera intressanta problemställningar har presenterats, liksom relevanta källtyper. Vägen ligger öppen för studier om kulturkonsumtion, ståndsstrategier, butikskultur med mera.

14. Geoffrey Crossick är professor i historia vid University of Essex.