

Konsum snabbköp och den moderne svensken Identitet och interaktion i Kooperativa förbundets filmer om självbetjäning (1920–60)

Rikard Eriksson

En central utgångspunkt för den här artikeln är att kulturhistoriska studier av förpackningar, butiker och konsumtion kan ge oss kunskap om samhälls-, livs- och människoideal som kännetecknar de perioder som analyseras (jfr Sivulka 1997; Bergman 2003; Torell, Qvarsell & Lee 2009). Syftet med artikeln är att presentera och analysera några väsentliga aspekter i relationen mellan etableringen av Konsum snabbköp och de livs- och människoideal som präglade den svenska kooperationen från 1920 till 1960. Ett andra syfte är att introducera film som empiriskt material vid kulturhistoriska studier. Artikeln fokuserar på hur konsumentkooperationens livsmedelsbutiker med självbetjäning kan rymma en komplex sociokulturell signifikans som berättar åtskilligt om människors identiteter och sociala relationer mellan människor (jfr Jackson 1986; Alëx 1994). Artikeln handlar därmed om de ”dramer” som utspelar sig mellan olika rollinnehavare på och kring den skådeplats för svensk förpackningshistoria som Konsum snabbköp kan sägas vara (jfr Torell, Qvarsell & Lee 2010).

I ambitionen att säga något om de moderna svenskarnas sociala relationer och sociala identiteter är Konsum snabbköp intressant på ett centralt sätt. Konsum snabbköp var en del av den kooperativa folk rörelsen i Sverige som under första hälften av 1900-talet hade en tydlig ideologisk framtoning, vilken rymmer ideal som handlar om hur människor skall vara och leva sina liv och hur samhället skall se ut (jfr Eriksson 1999; Eriksson 2003; Eriksson

2005; Geertz 1983). Vad krävs det då för empiri för att beskriva ideal kopplade till social interaktion och social identitet, så som konsumentkooperationens Konsum snabbköp förmedlar idealen? Filmer rymmer många aspekter av social interaktion med dialog, tonfall, anslag och scener. Filmer visar också fram typifierade karaktärer med särpräglade sociala identiteter. Därför baseras artikeln på en analys av Kooperativa förbundets instruktions-, informations-, reklam- och utbildningsfilmer, som producerades i Stockholm från 1920-talet till 90-talet. 60 filmer från tidsperioden valdes ut från Kooperativa förbundets digitala arkiv. Urvalet utgick från att filmerna på något sätt handlade om kundbetjäning och självbetjäning i Konsum snabbköp.

Sociokulturell analys av film

För att säga något kort om social och kulturell analys av film så skiljer sig analysen en del från liknande studier av texter och foton (Qvarsell & Torell 2005; Schroeder 2002). Om filmen behandlas som en historisk källa ger den forskaren på ett unikt sätt möjligheten att ”vara där” och fånga hur olika beteenden, situationer och sätt att tala gestaltades. Filmen har också, jämfört med texter och foton, hög innebördsmässig densitet, då den gör det möjligt att analysera kroppsspråk, sätt att tala och sociala interaktionsmönster. Filmerna skapar en mycket påtaglig upplevelse av att det som åskådaren möter på den vita duken är verkligt (Kolker 2008).

Det specifika med kooperationens filmer

var att de skapades för att visa publiken hur man önskade att butikerna skulle se ut, och hur man önskade att expediterna skulle uppträda och agera. De skulle lära allmänheten hur man gjorde när man köpte mat i ett snabbköp. Samtidigt var många av filmerna reklam för produkter och för den kooperativa rörelsen. Det intressanta med filmerna är att de också berättar något mer och vidare om svenskarernas identiteter och sätt att vara mot varandra i sociala situationer.

En films hela värld av verklighet består av händelser, karaktärer, föremål, scener, ljud- och ljussättning. Att analysera filmens verklighet kan göras med hjälp av det mer filmtekniska begreppet *mis-en-scène*, som är franska och betyder något i stil med ”att sätta något på en scen”, att iscensätta. När det gäller produktion och analys av film omfattar *mis-en-scène* allt som ställs framför kameran vid en inspelning samt hur det arrangeras, och omfattar även ljud- och ljussättning, om filmen är svartvit eller i färg och vilken färgton den har. De praktiska arrangemang som formar *mis-en-scène* rymmer skådespelarens kläder, frisyrier och smink samt position, kropp, sätt att tala, hållning och rörelsemönster. En annan viktig del när *mis-en-scène* formas utgörs av scenens kontextuella placering, som innebär i vilken miljö den är placerad samt scenens rumsliga karaktär med väggar, möbler, lampor och annan interiör (Van Sijl 2005).

I den här artikeln används begreppet iscensättning synonymt med *mis-en-scène* för att säga något om identitet och social interaktion och avgränsas därför till de karaktärer och rollinnehavare som är väsentliga delar i filmerna som Kooperationen producerade. Analysen handlar om hur snabbköpsfilmerna visar fram den moderne svensken för filmpubliken. Artikeln avgränsas med en mer snäv frågeställning: Hur iscensätter Kooperativa förbundet med filmerna om Konsum snabbköp den moderne svenskens identitet och sociala interaktionsmönster? Den avgränsas också

med en vidare frågeställning: Hur iscensätter Kooperativa förbundets filmer om Konsum snabbköp en specifik svensk modernitet?¹

I vilken forskningstradition är det rimligt och relevant att placera studien? Grundläggande fokus är inställt på vad Kooperationens utbildnings-, instruktions-, reklam- och spelfilmer, utöver sin funktion att lära ut, informera, sälja och roa, berättar om vidare sociala och kulturella omständigheter. Studien genomförs i skärningspunkten mellan disciplinerna historia, etnologi och filmvetenskap. Det blir därför viktigt att historiskt contextualisera Kooperationen och relatera den till förhållanden i den samtid som studeras (Arvidsson 2002; Eriksson 1999; Alex 1994; Jönsson & Svensson 2005). Samtidigt är studiens huvudsyfte av tolkande etnologisk art med betydelsen att analysen är riktad mot de livsideal, livsstilar, normer och värderingar som både formar filmerna och som förmedlas genom dem (Geertz 1973/1983; Eriksson 2003). För det tredje blir det fruktbart för studien att använda filmvetenskaplig begreppsapparat och teoribildning för att på så sätt beakta hur mediet film både formar och speglar innebörder, sammanhang, tonfall, anslag som blir centrala meningsenheter i den här studien av livsstilar och livsideal (Hampton 2007; Kupfer 1999; James 2000). Studien handlar i huvudsak om de etnologiska delarna i filmerna, vilket gör att de historiskt kontextuella och filmvetenskapliga delarna skulle ha kunnat utvecklas mer.

Artikeln följer en disposition med fyra delar. Den första delen ger en introduktion till den svenska Kooperationens ideologiska bas. Den svenska Kooperationens ideologi har en komplex och kombinerad estetisk, teknologisk och politisk struktur. Därför presenteras också i den inledande delen några grundläggande drag i Kooperativa förbundets arkitekt- och ingenjörbyrå, som utvecklade hela konceptet med hur Konsum snabbköp ”förpackade” förpackningarna. Artikelns andra del hand-

lar om hur filmerna om Konsum snabbköp berättar något om de moderna svenskarnas identiteter och sociala interaktionsmönster. I den tredje delen kontextualiseras analysen från del ett och två, för att sammanfattningsvis säga något om hur filmerna om Konsum snabbköp är med och iscensätter en specifik svensk modernitet som utvecklades 1920–60. Avslutningsvis diskuteras hur snabbköpet kan ha påverkat svenskens konsumtionsmönster med en utveckling från inköp baserade på behov till konsumtion baserad på begär.

Kooperationen som estetisk-ideologisk rörelse

Utvecklingen av Kooperationen och de konsumentföreningar vars butiker under 1920-talet fick namnet Konsum, kan ses som en ideologisk omständighet som tycks viktig i framväxten av den specifika modernitet som kom att bli ett centralt karaktärsdrag i det svenska samhället efter andra världskriget. Den svenska Kooperationen föddes i slutet av 1880-talet i ett samhälle där det var stor skillnad mellan fattig och välbärgad, och där de som var mindre bemedlade hade svårt att klara sin försörjning. Kooperationen hade ambitionen att de mindre bemedlade skulle kunna leva ett drägligare liv. Kooperationens konsumentföreningar strävade efter att avveckla försäljningen av mat på kredit, då kredittagaren kunde hamna i en skuldsituation som han eller hon ofta inte hade någon möjlighet att betala sig ur. Kreditsystemet kunde därmed leda till att familjer förlorade allt från inventarier till boskap, och ibland sina hem. Varje konsumentförening hade från starten en stadga med den inskrivna ambitionen att demokratiskt leda verksamheten (Hwang 1995).

Konsumentkooperationen ville också sälja mat på andra premisser än att enbart generera vinst till privata intressenter. Eventuellt överskott skulle istället användas till upplysnings- och utbildningsprojekt och det utgick också återbäring till varje enskild medlem

baserad på hans eller hennes andel i omsättningen. En annan viktig utgångspunkt för konsumentföreningarna var ärlighet när det gällde mått och vikt vid försäljning samt att sälja mat till vad som definierades som rimliga priser. Föreningarna grundades med tanken att medborgaren frivilligt skulle bli medlem och bidra med de medel som krävdes för att etablera försäljning av mat. Tanken var att de mindre bemedlade, genom att vara med och driva konsumentföreningar, själva var med och aktivt utvecklade sin egen och de andra medlemmarnas livssituation. En viktig del i konsumentföreningarna blev därmed ansatsen att vara med och bygga upp människors möjligheter att leva ett självständigt och värdigt liv, där de kunde försörja sig själva och genom bildning få möjlighet till en meningsfull tillvaro. Genom att medborgaren blev medlem och aktiv i en konsumentförening bidrog han eller hon på egen hand till att förbättra sin hushållsekonomi, vilket kan beskrivas med den kooperativa folk rörelsens slagord ”hjälp till självhjälp”, som har likheter med upplysningsfilosofen Rousseaus formulering ”hjälp dig själv så hjälper dig Gud”. Förutom en demokratisk ansats startades konsumentföreningarna som politiskt och religiöst neutrala verksamheter. Trots det kom den kooperativa rörelsen i Sverige att ligga nära rösträttsrörelsen, bildningsrörelsen, fackföreningsrörelsen och det socialdemokratiska partiet (Hwang 1995).

I ett tal på Kooperativa förbundets årsmöte 1950 inledde förbundets dåvarande ordförande Albin Johansson med ”Ärade åhörare, kooperatörer!”, sedan talade han med emfas om att det ännu inte var slut på de landvinningar som man uppnått, som gett människor den svenska välfärd de levde i. Han fortsatte med att det var den tekniska utvecklingen och uppfinnarna som i början av 1950-talet lagt grunden till människors höjda levnadsstandard.

Kooperationens funktionalistiska arkitektur
År 1925 blev arkitekten Eskil Sundahl chef för Kooperativa förbundets arkitekt- och ingenjörbyrå i Stockholm (KFAI). På mindre än tio år skulle KFAI med sina 70 medarbetare bli det största arkitektkontoret i Sverige och Sundahl skulle få stor betydelse för hur Kooperationens matbutiker utformades och inreddes. Han blev en central kugge i den tekniska utveckling som Albin Johansson alltså menade vara nyckeln till svenskens allt högre levnadsstandard.

I inledningen av sin karriär var arkitekten Eskil Sundahl inspirerad av neoklassicismisk estetik med ett grekisk-romerskt formspråk där exempelvis kolonner och pilastrar användes som exteriöra utsmyckningar på husfasader. Retoriken som lanserade den neoklassicismiska estetikens präglades av ett uppskruvat revolutionärt-existentiellt tonläge som var influerat av 1780-talets demokratiska rörelse i Frankrike (Hugh 1991). Men när Sundahl 1925 färdigställde ritningarna till Kooperativa förbundets bygge av kvarnanläggningens silobyggnad på Kvarnholmen i Nacka, rensades alla klassicismiska inslag, som funnits med i de första skisserna, bort. Slutresultatet blev en byggnad som med sina strama former och rena linjer förmodligen uppfattades som helt ny och originell av sin samtid. Och Sundahls silobyggnad ritades med ett stilspråk som hade ett nerskruvat sakligt-existentiellt tonläge.

Sundahl tycks i mitten av 1920-talet ha varit influerad av den arkitektoniska modernism som startade med det internationella seminarieret Congrès International d'Architecture Moderne (CIAM) år 1920. Denna modernism kom att utgöra dominerande influens över västerländsk arkitektur och stadsplanering under hela 1900-talet och omfattade flera olika stilar som funktionalism, brutalism och high-tech-arkitektur. Inriktningen funktionalism, eller "den nya sakligheten" som strömningen också kallades, hade ett av sina centrala ursprung i tyska Bauhaus. Det speciella med funktiona-

lismen var uppfattningen att arkitektur inte bara handlade om att planera städer och rithus. Arkitekten hade också ett socialt ansvar och var en viktig samhällsodanare (Colquhoun 2002; Svedberg 2000).

På 1930-talet introducerade Sundahl idén att alla konsumentföreningars butiker skulle ha enhetlig arkitektur och han motiverade ambitionen med att det skulle vara bra reklam för de kooperativa butikerna. Han skapade Kooperationens arkitekt- och ingenjörbyrås standardbutik för konsumentföreningar. Standardbutiken skulle byggas utifrån sin funktion och det var uteslutet att smycka den med ornament och kolonner. Den standardiserade konsumbutiken fick en lådliknande huskropp med platt tak och den ritades med utgångspunkt i grundläggande geometriska former som exempelvis cylindrar, block och kuber. Sundahl ansåg också att Kooperationen hade ett kulturellt ansvar, med funktionalismen som ideal. Förutom att Kooperativa förbundets arkitekt- och ingenjörbyrå (KFAI) skulle rita butiker som uppnådde goda försäljningssiffror hade man ett kulturellt ansvar. Kooperativa förbundet i Stockholm hade som central nationell instans ett stort inflytande över hur Konsum snabbköp etablerades ute i landsorten, och de lokala konsumentföreningarna visade också stor tilltro till de centrala ambitionerna när butikerna skulle ritas och inredas. Det gjorde att flertalet av de butiker som byggdes under 1940–60-talen präglades av funktionalistisk estetik. I de analyserade filmerna kopplades arkitektur och inredning samman med hur expediterna skulle uppföra sig i butiken. Man sa att de som arbetade i Konsum snabbköp skulle vinnlägga sig om att vara propra och ha ordningssinne (696).

Tillsammans med Svenska Slöjdföreningens direktör Gregor Paulsson och arkitekterna Uno Åhrén, Gunnar Asplund, Wolter Gahn samt Sven Markelius skulle Eskil Sundahl bli en av de ledande arkitekterna som etablerade funktionalismen med en kombinerad estetisk

och ideologisk ambition. Den estetiska dimensionen omfattade arkitektur, bostadsfrågor och stadsplanering. Och utöver sin funktion att ge tydliga anvisningar om hur ett hus skulle byggas för att uppfattas som estetiskt tilltalande och praktiskt, gav funktionalismen som rörelse i Sverige tydliga anvisningar om vad som förväntades av varje medborgare i det nya moderna samhället. Det var anvisningar som handlade om hur man levde ett gott liv och visade hur man levde ett rätt liv. Och det var en naturlig följdriktighet mellan det goda och det rätta som innebar att om du levde rätt var det också gott för dig, och om du levde gott så var det också rätt för dig. Med skriften *acceptera*, utgiven 1931, strax efter 1930 års Stockholmsutställning, kunde svensken i allmänhet ta del av gruppens visioner om ett framtida nytt svenskt samhälle och en framtida ny svensk medborgare (Asplund 1931).

I *acceptera* gestaltas visionen av en kultur som skulle vara ett praktiskt redskap för livet. Man ville utmönstra den ornamentierande estetiken och menade att den inte hade någon betydelse för svenskens självförtroende, ambition och framåtanda. Det handlade om att snabbt och obevekligt förflytta sig från en överbelastad stil och målmedvetet bearbeta och lösa framtida problem. Handlingskraft och beslutsamhet blev viktiga inslag i rörelsen tillsammans med vad som skulle kunna kallas en empirisk hållning som innebar att ta sig an verkligheten och inte blunda för dess karaktär. Den empiriska hållningen skulle syfta till att kontrollera och tygla verkligheten och den rymde också idéer om ett vetenskapliggörande av hur man borde förstå och förklara samhälle, natur och människa (Asplund 1931).

Med Eskil Sundahl som en del i den svenska funktionalismen, samtidigt som han var chef för KFAI, förefaller det som om funktionalismen och den kooperativa rörelsen influerade och påverkade varandras utveckling i Sverige. Funktionalismen tycks därmed både ha format och speglat många



Kooperativa förbundets instruktionsfilmer. Butikskultur. 1920-tal. Film 696.

av de grundläggande idéer som blev centrala inslag i den svenska Kooperationen och dess utveckling av matbutiker med betjäning över disk, som efter andra världskriget ändrades till Konsum snabbköp med självbetjäning. Sammanfattningsvis tycks det därmed rimligt att kategorisera den kooperativa rörelsen som en kombinerad ideologisk och estetisk rörelse.

Svenska identiteter och sociala interaktionsmönster

Hur iscensätter då filmerna om Konsum snabbköp de moderna svenskarnas identiteter och sociala interaktionsmönster? På vilket sätt kan filmerna sägas vara betydelsefulla inslag i individualiseringsprocesser som formar sociala interaktioner? Åtminstone sex centrala aspekter visar sig i analysen av filmerna: Kooperationens moraliska matris; Arbetet och fostran; Att bygga framtiden på ungdomen; Tidsbrist och fri tid; Arbetet formar fritiden genom fostran samt Kärnfamiljens roller.

Konsumentkooperationen förefaller både ha format och verkat i en moralisk matris där det uppfattades som ideal att vara sparsam, där redbarhet var en dygd och utbildning något självklart gott. Den moraliska matrisen skulle leda till att varje människa kunde försörja sig själv och därigenom bli en självständig medborgare. Det skulle leda till ett bra och gott liv

för både staten och den enskilde. Genom att etablera konsumentföreningar som sålde mat samverkade den självständige medborgaren med andra för sin egen nyttas skull. En viktig nyckel var att avskaffa möjligheten att handla mat på kredit. I den mycket konkreta och praktiska tanken låg en central del i KF:s moraliska matris som handlade om att människor inte skulle leva över sina tillgångar. KF strävade alltså efter att utveckla svensken till en genomtänkt, förnuftig och rationell konsument som inte skulle falla offer för de impulsköp som de nya självbetjänande konsumbutikernas massiva varuexponering samtidigt erbjöd.

Arbete och fostran

I Konsumskolans filmer förenas en ambition att fostra åskådaren till ett mer hygieniskt och propert vardagsliv genom att forma expediter i konsumbutikerna som med proper stil, ett gott bemötande och fullgod hantering av varorna, bidrar till att Kooperationen nådde höga försäljningssiffror. ”En film om grönsaker” är exempel på en film som samtidigt är fostrande och säljande. I filmen får åskådaren följa en ung kvinnas morgonbestyr. Hon vaknar, tar en dusch och sedan kommer berättarrösten in i filmen. Den manliga berättarrösten beskriver kvinnans morgonrutiner genom att tala direkt till åskådaren: ”Du tar en dusch, borstar

dina tänder och kammar ditt hår. Du gör en liten make-up, sätter rouge på kinderna och granskar av gammal vana dina kläder och dig själv framför spegeln. Och innan du går till ditt arbete byter du vatten på blommorna och snyggar upp efter dig.” Berättarrösten frågar samtidigt kvinnan och filmpubliken: ”Varför gör du allt detta?” Han svarar att det handlar om att du ska se fräsch och tilltalande ut för din omgivning. Berättarrösten menar att vare sig du är man eller kvinna så är en första förutsättning för ett trivsamt förhållande mellan dig och din kund att du och dina kollegor ser snygga och propra ut. Sedan möter åskådaren en ny scen, ett klipp från snabbköpets frukt- och grönsaksavdelning, och berättarrösten menar att varorna kräver samma hantering som expeditens morgonbestyr för att hållas fräscha (495).²

Att bygga framtiden på ungdomen

I filmen ”Vi i vår lilla butik” från början av 1950-talet berättas många historier samtidigt. De exteriöra filmsekvenser som bygger upp filmen fokuserar på nybyggda hus i nyplanerade bostadsområden och köpcenter som alla bär prägeln av modernism inom arkitektur. Man kan säga att filmerna skapar rörliga bilder av en specifik svensk modernitet. Filmpubliken möter rationellt planerade bostadsområden, så kallade förstäder, med smalhus, nylagda asfalterade gator, nästan inga träd eller buskar. I filmerna byggs och schaktas det och många av förstäderna är inte riktigt färdiga. Filmerna visar öppna ytor, räta linjer och rymd. Filmpubliken möter ett samhälle som är under tillblivelse. De visar urbana miljöer där män och kvinnor är inbegripna i beslutsamma förehavanden. De flanerar inte, de vegeterar inte, deras steg och sinne tycks ha bestämda mål. Publiken möter en ny svensk urban livsstil med kafébesök, shopping och den stramt och praktiskt välmöblerade lägenheten. Filmerna ”Vi i vår lilla butik” rymmer också berättelsen om den unge medellöse och



Konsumskolan visar. En film om grönsaker. 1940-tal. Film 495.

flitige mannen, hans situation och möjligheter i 1940-talets svenska storstadsliv. Filmpubliken möter en tvehågsen arbetarkille med ganska dåligt självförtroende. Han arbetar som springpojke i en konsumbutik och cyklar med varor till kunder i de nybyggda funkishusen. Hans dröm är att bli föreståndare i en konsumbutik och hans önskan är att en dag bli biträde i en konsumbutik. I filmen är han klar över att vägen till expedit är mödosam och svår. Han sitter på ett kafé tillsammans med fyra andra som är expediter i butiken där han är springpojke. De sitter alla och diskuterar förnuftigt med den unge mannen om hans drömmar och framtidsplaner. Ett genomgående inslag i den här filmen och många av dem som analyserats är att ungdomen, ”det uppväxande släktet”, sätts i uppmärksamhetens centrum. De unga uppfattas vara Sveriges framtid.

När den unge mannen är tveksam till om han klarar av att bli expedit, säger en kvinnlig kollega att han har ”alla förutsättningar att bli en butiksmänniska i toppen”. Filmpubliken får sedan följa hennes egen väg till ”toppen” som expedit. Hon berättar om sina kurser på Kooperationens egen skola i Saltsjöbaden, Vår Gård. På Vår Gård fick hon lära sig kundbetjäning, varukännedom, Kooperationens ABC och praktiskt arbete med modern maskinell apparatur. Hon berättar om strävsamt arbete i butiken på dagarna och flitiga studier i hemmet på kvällarna. Filmen visar hur hon först plockar upp varor i konsumbutiken och sedan klipper filmen över till kvinnans sparsmakade och stramt inredda lägenhet, där hon sitter i skenet av skrivbordslampan och studerar Kooperationens undervisningsmaterial för butiksbiträden. Hon berättar vidare om föreståndaren som en mäktig herre och menar att han nog fått sträva hårt för att nå sin ledande ställning. Till sist berättar expediten att hon genom Kooperativa förbundets expeditutbildning också får en demokratisk underbyggnad ”till glädje och nytta för henne som samhällsmedlem”. Kameran fokuserar på en annan

kvinnlig expedit som sippar lite på sitt kaffe och filmen avslutas med att hon vänder sig till den unge mannen och säger: ”Nog kan man vara nöjd med sin lott i vår lilla butik som är som en värld i sig” (220).

Tidsbrist och fri tid

Filmerna ”Var och en sin egen expedit” från slutet av 1950-talet, handlar om fru Andersson, en ung modern kvinna som, enligt berättarrösten, alltid har bråttom. Fru Anderssons tidsbrist är också hennes huvudargument för att alltid handla i Konsum snabbköp. Hon menar att det går snabbt att handla i snabbköpet, samtidigt som alla varor hon behöver till hushållet finns i samma butik. Filmen inleds med högt tempo och kameran fokuserar på fru Andersson som kommer gående på trottoaren i snabb och bestämd takt. Hon är inte bara ute och flanerar utan har Konsum snabbköp som mål. Fru Andersson går in i butiken och kameran följer efter. Berättarrösten: ”Här kommer fru Andersson och så börjar snabbköpsronden.” Fru Andersson möter herr Hagström, en bekant. De tar i hand och hälsar. Hon säger till herr Hagström att det är så bra med snabbköp för här får man själv bestämma takten och det blir inga väntans tider då allt ligger förpackat och klart att ta. Och när man tagit allt man ska ha räknar kassörskan ihop vad man ska betala och tar betalt. Filmen avslutas med fru Andersson som säger: ”Ja, hit kommer jag alltid att gå, ja, gå till Konsums snabbköpsbutik på Odengatan 31!” (500).

I en annan sekvens i filmerna ”Var och en sin egen expedit” beskriver berättarrösten att ökad fritid är en aktuell fråga i Sverige. Filmpubliken ser en kvinna som går in i Konsum snabbköp på Odengatan 31 i Stockholm. Berättarrösten beskriver att arkitekter ritat rationella kök, att industrin producerar arbetsreducerande och tempohöjande husgeråd och affärsmännen tidsbesparande inköpsmöjligheter och allt detta görs med syftet att husmödrar och förvärvsarbetande kvinnor skall kunna

njuta av sin fritid. Konsum snabbköp beskrivs vara en självbetjäningsbutik efter bästa amerikanska principer och modernaste finesser. Filmpubliken möter ett nyöppnat Konsum snabbköp på Hantverkargatan i Stockholm. Kameran panorerar genom butiken och visar fram djupfrysta varor som, tillsammans med färdigpaketerade kött- och charkuterivaror i kyldiskar, beskrivs vara ”morgondagens melodi” för en modern husmoder. Konserver framställs i filmen som snabbmat i nutidsmänniskans smak. Den främsta fördelen med självbetjäning beskrivs vara att all köbildning och väntan försvinner, samt att allt som ett hushåll behöver finns att tillgå i en och samma butik. Berättarrösten avslutar filmen: ”Det är bara att rulla vidare, betala i kassan och försvinna mot den väntande fritiden! Nu har vi Konsum snabbköp och väntar på nästa revolutionerande uppfinning på förenklingens område!” (500).

Arbete, fritid, fostran

I ett flertal av filmerna som analyserats visade sig ett återkommande tema som handlade om den symboliska och kulturella betydelse som Kooperationen tillskrev arbetet utöver den praktiskt konkreta funktionen att göra arbetaren självförsörjande. Arbetet gavs en sorts vidare existentiell betydelse som handlade om individens väl och ve. Ett exempel var konsumbutikernas personalklubbar, som innebar att arbetet rörde sig in på individens lediga tid då hon inte arbetade. Personalklubbarna skapades då Kooperationen ansåg att fritiden skulle användas på ett, som de menade, meningsfullt sätt. Samtidigt genomfördes, under 1950- och 60-talen i Sverige, arbetstidsreformer som gav kortare arbetsdagar, lediga lördagar och längre sammanhållna semestrar, vilket resulterade i att individen tillbringade mindre tid på arbetet och fick mer fri tid i hemmet och i samhället. I filmerna framträdde två kulturella aspekter kopplade till Kooperationen, som handlade om uppfattningar om hur livet

skulle levas på rätt sätt. Arbetet uppfattades som centralt, men lika centralt var det enligt Kooperationen att tiden utanför arbetet, den så kallade fritiden, verkligen användes. Det uppfattades inte passande att leva i överksamhet utanför arbetet. Men vad skulle fritiden då enligt Kooperationen brukas till? Ett centralt begrepp tycks ha varit fostran. För det första skulle arbetaren öka sin bildning genom olika kurser som kunde handla om matlagning, hushållsarbete, hushållsekonomi. För det andra ansågs lagidrott göra individen till en god samhällsmedborgare som både kunde samarbeta med andra och ta framgångar utan högmod och förluster utan aversioner. Bildning och lagidrott ansågs därmed ge arbetaren kunskap nog att bemästra livet samtidigt som det utvecklade honom till en god och ansvarsfull samhällsmedborgare. I filmerna visade sig åtminstone fyra betydelsefulla aspekter av fostran: 1. Skolning; 2. Yttre förfining; 3. Civilisering; 4. Levnadsställning.

1. Med skolning menades att Kooperationens ambitioner att fostra det uppväxande släktet och medborgare omfattade att förmå dem att genom flit skaffa sig mer kunskaper om samhälle, natur, teknik, kultur och människor. Skolning kan ses som en kognitiv intellektuell ansats i Kooperationens fostran.

2. Med yttre förfining menades att Kooperationen hade ambitionen att lära individen vilka möbler, kläder, frisyrier och sätt att som kvinna sminka sig som uppfattades vara estetiskt tilltalande. Exempel på estetiska ideal som visades i filmerna bestod i att en individ skulle vara hel och ren samt välklädd men inte överklädd. Ett annat estetiskt ideal var att de kläder och möbler som hävdades vara praktiska, som en följd av sin funktionalitet också ansågs vara vackra och tilltalande. Ytterligare estetiska ideal var återhållsamhet i utsmyckningar, vilket innebar strama och rena linjer inom arkitektur, möbler och klädmode. Yttre förfining kan ses som en estetisk stiliserad ansats i Kooperationens fostran.

3. Med civilisering menades kooperativens ambition att utveckla individen till en aktiv medborgare. Den aktive medborgaren engagerade sig i folkrörelser och politik samt utövade någon form av idrott och motion. Civiliseringen handlade också om medborgarens beteende, hållning och attityd, som omfattade medborgarens stil och framtoning i relationen med andra människor i familjen, bland vänner, på arbetet och i offentligheten. Ett centralt drag i kooperativens fostran kopplat till civilisering handlade om solidaritet med de svaga och utsatta i samhället, samt att relationer med andra människor inte skulle ha som utgångspunkt att man skulle tjäna något på relationen eller att man skulle få ut något av den andre för att relationen skulle uppfattas som meningsfull. Det senare idealet kan exemplifieras med konsumentkooperationens slagord: "Ej tjäna på andra men tjäna varandra." Civilisering kan ses som en social relationell ansats i kooperativens fostran.

4. Med levnadsställning menades idealet att du borde leva ditt liv i grupp med andra och inte som ensamstående. Men gruppen borde inte, som tidigare varit brukligt på landet, bestå av en så kallad storfamilj där flera generationer levde tillsammans. Gruppen borde istället vara sammansatt av man och kvinna och barn och när det gällde barn visade många av filmerna fram ett ideal i form av den så kallade kärnfamiljen med mamma, pappa, son och dotter. Ett genomgående drag i filmerna som handlade om familjen var att de utmanade och problematiserade de etablerade rollerna där pappan var högst i hierarkin som ensam försörjare, där mamman var underställd hemmafru som skötte alla hushållssysslor, och där barnen var längst ner utan några skyldigheter och med stor respekt för främst pappan, men också för mamman. Inom kooperativens beskrevs också familjen som en symbol för rörelsens strävanden och uppfattades vara den minsta samarbetsenheten inom kooperativet. Flera olika tendenser kopplade till

familjen och sociala roller kännetecknade därmed den specifika svenska modernitet som mötte filmpubliken. En första handlade om jämlikhet mellan man och kvinna både vad gällde betydelse för familjen och ansvar för att försörja familjen. I filmen "Mamma gör revolution" underströks med emfas att mannen skulle behandla kvinnan med större respekt än vad som varit brukligt bland tidigare generationer. Kooperativet strävade också efter att skriva upp kvinnans roll som så kallad "husmor" i familjen, där det ansågs som viktigt att husmors arbete och status höjdes. Under 1940- och 50-talen blev kvinnor också i allt större utsträckning förvärvsarbetande, vilket kunde förskjuta rollerna i hemmet och kanske ställa krav på mannen att i större utsträckning än tidigare också ta del i hushållsarbetet. Levnadsställning kan ses som både en kollektiv familjär och individuell solitär ansats i kooperativens ambitioner att fostra svensken (311, 230, 272).

Kärnfamiljens roller

Förutom de kombinerade fostrans- och försäljningsambitioner som visar sig i Konsumskolans filmer återkommer ständigt kärnfamiljen i de scener som visar hemmiljöer med exempelvis matlagning. Filmen "Konsumskolan visar kött- och charkuterivaror" inleds med kärnfamiljen runt ett litet matbord. Mamman står vid diskbänken. Pappan, sonen och dottern sitter vid bordet och väntar på maten. Familjen presenteras hurtfriskt av berättarrösten: "Får jag presentera för er pappa Holmström, familjens matmor är inköpschef fru Holmström och så har vi Olle och Ulla, barnen i familjen." Mamman serverar kotletter av dålig kvalitet, som visar sig vara köpta hos en privathandlare. I nästa scen går fru Holmström förbi en konsumbutiks skyltfönster med kött- och charkuterivaror. Hon utropar: "Titta vilka härliga varor! Ett sånt här skyltfönster kan man knappast motstå, jag tror jag kikar in." Inne i butiken fortsätter hon: "Mmm, den

där härliga doften som symboliserar en riktig köttbutik, och vilken smak sen, vilken miljö!” Berättarrösten: ”Vi lämnar fru Holmström och tar en titt på butiken. Låt oss börja vid kött-disken.” Berättarrösten frågar hur man gör i snabbköpet när man styckar kött. Kameran visar en kyldisk och berättarrösten fortsätter med att undra om det finns något i självbetjäningssdisken som verkar lockande. Han beskriver att det i disken finns i förväg uppvägt och paketerat kött. Fru Holmström inflikas och hon undrar om man verkligen kan lita på att vägningen och paketeringen är ärlig. Hon beskriver att borta i privatbutiken hade hon köpt fläsk som bara var fett på undersidan när hon kom hem och öppnade förpackningen. Berättarrösten fortsätter med att det är färskvarorna som grundlägger butikens anseende. Kameran panorerar över stora kyldiskar med färdigpaketerade kött- och charkuterivaror. Det konstateras att en aktiv exponering av varorna betyder merförsäljning, ökad omsättningshastighet, mindre svinn, vilket gör det lättare att hantera butikens ekonomi. Filmen avslutas med att berättarrösten konstaterar att fru Holmström fått ett bestämt förtroende för Konsum, dess varor och personal, vilket är en sak som resulterar i merköp och köptrohet för hennes del (497). I filmen ”Vi ser med husmors ögon” förmedlas tanken att husmor behöver systematisk och nästan vetenskap-

lig kompetens för att veta vilken mat som är bäst för familjen. Lite tillspetsat skulle man kunna säga att filmen presenterar tanken om en professionalisering av hemmafrun. Det innebär att den kvinnliga rollen att vara gift med en man och ansvara för hemmets göromål, tvätt, städning och matlagning, mer eller mindre framställs som ett yrke. I filmen presenteras vidare Kooperationens moderna så kallade provkök som ligger i Stockholm. I provköket genomgår alla produkter, såväl privat som kooperativt producerade, en skärseld av prover för att visa husmor vilka produkter som har högst kvalitet. Filmen standardiserar också vad som uppfattas vara en normal familj samt vad den behöver av matprodukter, då Kooperationens provkök väljer ut varorna så att de sägs passa en vanlig familjs matvanor, samtidigt som det sägs ser filmpubliken en kärnfamilj vid matbordet (332).

I KF-journalen från 1962 mötte filmpubliken en husmor på shoppingrunda i det perfekta maskineri av varuflöde som berättarrösten hävdade att Konsum snabbköp var. Filmen visade en dialog mellan en proper och damig husmor och KF:s dåvarande VD Hans Hjalmarsson. Hjalmarsson menade att Kooperationen samverkade för husmors och de andra konsumenternas bästa. I filmen presenterades kvinnans roll som husmor som ett arbete där kvinnan planerade för sitt eget och familjens bästa. Husmor undrade lite skeptiskt om det verkligen var så att Konsum hade de billigaste varorna. Hjalmarsson svarade att man var tvungen att väga kvalitet mot pris och vice versa. Husmor nöjde sig med svaret och undrade vidare om inte den gamla kvartersbutiken med betjäning över disk var bättre än anonyma snabbköp. Hon undrade om det inte blev kontaktsvårigheter i snabbköpet. Hjalmarsson svarade att det var så många fördelar med snabbköpet som handlade om att priserna hölls nere, att alla varor fanns under ett tak och att varuhuset sparade tid åt kunden. Han pekade på ett ställ vid kassorna som innehöll



Vi ser med husmors ögon. 1950-tal. Film 332.

olika broschyrer och där en hette ”Råd och recept”. Hjalmarsson berättade att ”Råd och recept” skulle ge husmor vägledning i hennes arbete. Han visade också en standard för så kallad varudeklaration som skulle ge henne hjälp att välja rätt varor (334).

Iscensättandet av svensk modernitet

På vilket sätt tycks då filmerna om Konsum snabbköp iscensätta en specifik svensk modernitet som utvecklades 1920–60? Åtminstone fem delar tycks vara centrala i det nya Sverige och den nya svensken som filmerna formar: Staden som fenomen; Individualisering till moderna svenska medborgare; Livet bör levas i kärnfamiljen; Ett snabbare liv med fri tid; Livet görs meningsfullt med ändamålsenliga handlingar.

Beträffande spatialitet iscensätts den specifika svenska moderniteten i och med staden som fenomen. Och det är inte vilken stad som helst utan en metropol präglad av funktionalistisk arkitektur med strama linjer och frånvaro av ornamentering. Det är en stad där teknologiska uppfinningar som bilar och elektriska spårvagnar larmar på gatorna. Det är en stad med elektriska gatljus, telefoner, radioapparater och biografer. Det är också en stad där industribyggnadernas skorstenar sträcker sig upp mot skyarna. Filmerna visar även den välplanerade förstaden med den välplanerade lägenheten med de funktionella möbler som inte är för många och med det systematiskt planerade köket. I filmerna framträder Konsum snabbköp som just byggnad, som en mycket viktig exponent för den specifika svenska moderniteten. Snabbköpen ritades och uppfördes med standardiserad funktionalistisk exteriör och inredning samt nya material som glas, aluminium och systematisk användning av kakel. Konsum snabbköp förvarade de färdigförpackade livsmedlen i elektroniska kyl- och frysdiskar. Konsum snabbköp gjorde också kunden till sin egen expedit. De färdigförpackade varorna



KF-journalen nr 11. 1960-tal. Film 334.

tillsammans med att kunden blev sin egen expedit formade på ett radikalt nytt och revolutionerande sätt den svenska moderniteten.

För det andra iscensätter filmerna om Konsum snabbköp den specifika svenska moderniteten med fokus på individualitet. Den enskilda individen uppfattas ha en skyldighet att bli självförsörjande genom att arbeta. Den enskilda individen ska också vara aktiv utanför arbetet på sin fritid genom kurser och idrottsutövning. Fostran var en viktig del i individualiseringen av den nya moderna svensken. Fostran omfattade skolning, förfining, civilisering och levnadsställning. Filmerna behandlar individualiseringen också genom att presentera ett nytt ideal som ska prägla relationen mellan man och kvinna i äktenskapet. Den försörjande maken och den hemmavarande husmodern ska ha samma respekt och status i familjen. En viktig del i den specifika svenska moderniteten är därmed jämlikhet mellan könen i samhälle och familj.

En tredje central del i iscensättningen av den specifika svenska moderniteten, som den framträder i filmerna om Konsum snabbköp, handlar om kollektivitet. En grundläggande tanke med Kooperationen är att människor går samman och tillsammans utvecklar sin försörjning och livssituation på olika områden. Fokus på kollektivet handlar också om att livet bör levas i familjen. Den moderna svenska familjen har en speciell sammansätt-

ning av mamma, pappa, son och dotter, som kallas kärnfamilj. Kärnfamiljen beskrivs som kooperationens minsta enhet och kan kanske kallas den svenska modernitetens urcell. Ett nytt kollektiv som också formuleras under den här perioden (1920–60) är ungdomen. I filmerna framställs ungdomen som bärare av moderniteten och framtidens hopp. Med uppskrivningen av ungdomens status och betydelse för samhället utvecklas under 1950- och 60-talen speciella ungdomskulturer med olika inriktningar baserade på social klass-tillhörighet.

En fjärde central del i iscensättningen av den specifika svenska moderniteten, som den framträder i filmerna, handlar om temporalitet. I filmerna har den yrkesarbetande husmodern ont om tid och hon jäktar in i snabbköpet för att köpa prefabricerade middagar förpackade i konservburkar eller djupfrysta. Under den här tiden börjar människor i allmänhet leva livet i allt snabbare tempo i sina vardagliga göromål och på arbetet. På så sätt kan de skapa mer fri tid för sig själva och för sin familj. Fritiden blir under den här perioden ett nytt fenomen och ett betydande inslag i den svenska moderniteten. Jakten på fritid, tillsammans med teknologi som telefoner, flygplan, bilar och inte minst snabbköp med sina kyl- och frysdiskar, höjer tempot i samhället, samtidigt som avstånden mellan människor, länder och världsdelar blir kortare.

Filmpubliken möter för det första ett Sverige som med expressfart rör sig från att ha varit ett fattigt bondeland till att bli ett rikt industriland. Det allmänna tempot i det urbana samhället började alltså få en accelererande karaktär. För det andra började man tala om att ha fri tid till sitt förfogande och samtidigt propagerades det för aktiviteter som man kunde göra utanför arbetet på just fritiden, som campingliv och olika sorters idrott. För det tredje började man i slutet av 1940-talet att tala om att exempelvis den yrkesarbetande kvinnan hade brist på tid, att hon var jäktad

och behövde handla färdigmat i snabbköpet för att hinna med yrke, familj och fritid. För det fjärde kan man säga att människors livsrum i det moderna Sverige dikotomiserades i temporal mening, vilket betyder att livet delades upp tidsmässigt i den del då man arbetade och den del då man inte arbetade. Livet definierades och blev meningsfullt genom att delas upp temporalt i arbets- och fritid.

En femte och sista del i iscensättningen av den specifika svenska moderniteten, som den framträder i filmerna om Konsum snabbköp, handlar om rationalitet. Ett genomgående särdrag i synen på samhälle, individ och individens liv i samhället är ändamålsenlighet. Rationalitet handlar om en tilltagande tilltro till vetenskap och teknologi som centrala och viktiga inslag i det svenska samhället. Utvecklingen av Konsum snabbköp är ett exempel på den här formen av modernitet i vilken arkitekter och ingenjörer utvecklar butiken som byggnad, standardiserar interiörer med hyllor, kyl- och frysdiskar och tar fram standarder för belysning och utvecklar den elektroniska kassaapparaten Hugin med en systematik som är anmärkningsvärd. Här är också experten som utifrån vetenskapliga kalkyler ges mandat att avgöra omständigheter i samhället, hos människan och i människans livssituation.

Inriktningen inom arkitektur som formade Konsum snabbköp kallades alltså funktionalism. I bygget av konsumbutikerna förenades kooperationen och funktionalismen. Funktionalismen parad med kooperationen kan ses som ett exempel på hur en sömlös väv av politik, arkitektur, teknologi och estetik kan få ideologiska konsekvenser för medborgarens syn på hur samhället bör se ut samt hur människan bör leva sitt liv i samhället. Den här sömlösa väven kallas här kooperationen som estetisk-ideologisk rörelse. Rörelsen idealiserar den nya moderna samtiden och visar en stark tilltro till teknologi och det uppväxande släktets betydelse för utvecklingen av levnadsförhållandena i Sverige. I rörelsen

förenades därmed (a) ett starkt fokus på nuet med (b) en upphöjning av ungdomens status med (c) en glorifiering av maskinernas betydelse i samhället. Nuet, ungdomen och maskinerna uppfattades kunna tygla verkligheten och skapa ett tåligt välfärdssamhälle. Det historiska arvet, åldermännens visdom och traditionella arbetsmetoder uppfattades som hinder på vägen till ett idealsamhälle.

Ett centralt inslag i Kooperationen som estetisk-ideologisk rörelse handlar om att människans liv, hennes handlingar och de verksamheter som formar samhället skall vara ändamålsenliga. När man talar om ändamålsenlighet handlar det om en speciell syn på vad livet är och hur det ska levas. För det första handlar det om att livets handlingar bör ha ett syfte. En handling blir meningsfull om den har en intention. Handlingar utan explicita avsikter uppfattas därmed som mer eller mindre meningslösa. För det andra handlar ändamålsenlighet om att livet ska levas genom att människan är aktiv i olika verksamheter. Det betyder bland annat att människan ska leva livet med olika uppgifter och roller. Livet skall kort och gott användas för att vara meningsfullt.

Från behov till begär

Det tycks ha uppstått en paradoxal moralisk situation för KF när snabbköpen etablerades. De första konsumentföreningarna som sålde mat skapades med syftet att människor skulle få en möjlighet att få sina basala matbehov tillfredsställda, men med etableringen av snabbköp förefaller KF ha gått från att täcka behov till att väcka begär. Den här historiska studien av snabbköpets etablering med självbetjäning kan, utöver en beskrivning av den arkitektoniska och teknologiska förändringen av konsumtionsrummet, också berätta något om förändringar i livsstil. Studien visar att snabbköpet gjorde det möjligt för allt fler svenskar att inte bara tillfredsställa sina basala behov av mat. Med snabbköpet exponerades

konsumenten för en mängd matvaror som hon tidigare inte känt till. Etableringen av snabbköpet estetiserade också konsumtionsrummet med syftet att butiken och varan direkt skulle tilltala kunden, då det inte längre fanns någon försäljare som erbjöd varan till kunden. Snabbköpet estetiserade konsumtionsrummet genom att varorna arrangerades i mönster i lådor, på hyllor och i staplar samtidigt som varorna är inslagna i färggranna, glansiga och på andra sätt lockande förpackningar. Var det så att den stora mängden nya varor som kunden mötte på sin väg genom butiken tillsammans med estetiseringen av hela det konsumtionsrum som snabbköpet formade, skapade ett nytt kulturellt betingat behov att köpa varor?

Med snabbköpets självbetjäning kom kunden alltså närmare många olika varor, som hon kanske egentligen inte hade behov av, eller som hon inte hade planerat att köpa, vilket kunde leda till så kallade spontana inköp. Och kanske var det så att etableringen av butiker med självbetjäning, tillsammans med svenskens allt starkare köpkraft efter kriget, bidrog till att utveckla ett nytt konsumtionsfenomen, då kundens väg genom snabbköpet exponerade henne för en mängd varor som kan ha uppmanat henne att konsumera dem. De färggranna och påtagliga förpackningarna som omslöt varorna gjorde dem lockande och påträngande på ett nytt sätt, som inte förelåg när varorna såldes i lösvikt inpackade i brunt papper. Kanske handlade det nya konsumtionsfenomenet om att allt fler svenskar under 1950- och 60-talen inte bara lät rationellt överlagda behov styra vilka inköp av mat som gjordes. Varornas exponering kan ha förfört kunden och skapat en stark lust i henne att konsumera. Och var det så att det nya konsumtionsfenomenet innebar att den sinnliga njutningens begär blev en allt viktigare komponent i utvecklingen, lanseringen och försäljningen av nya matprodukter?

Kan det vara så, att det i mitten av 1950-talet när snabbköpet bredd ut sig över hela Sverige

växte fram en konsumtionskultur som idag lever starkt i stora delar av den västerländska kulturen? Snabbköpet blev tillsammans med varuhus och köpcenter vägen till en specifik konsumtionskultur. Och kanske var det inte bara så att konsumtionskulturen i just Sverige förändrades radikalt i övergången från försäljning över disk till självbetjäning. Det kanske också var så att Sverige med snabbköpet var på väg att utvecklas till ett samhälle där konsumtion av varor skulle bli ett centralt kultur-mönster. Och ett fundamentalt drag i en sådan konsumtionskultur skulle dels vara att butiker och köpcenter hade en existentiell mänsklig signifikans. Ett annat viktigt inslag i en sådan kultur skulle vara att ”shopping” och ägande av varor gjorde människors liv meningsfulla på ett grundläggande och djupt sätt.

Avslutningsvis visualiseras i filmerna om Konsum snabbköp ett nytt modernt Sverige för filmpubliken, där det urbana i allt större utsträckning placeras i blickfånget. I filmerna möter publiken en mängd idealbilder av olika roller, möjliga identiteter och livsstilar. Filmerna visar fram den strävsamma arbetaren, den strävsamma hemmafrun, det hela, rena och artiga barnet, kärnfamiljen med pappa, mamma, son och dotter, det praktiska hemmet, den kunniga livsmedelskonsumenten och den professionella expediten i det effektiva snabbköpet. Filmpubliken exponerades för rörliga bilder av ett nytt modernt och urbant Sverige med en ny uppsättning ideala livsstilar.

Rikard Eriksson, fil.dr, ass. prof.
Høgskolen i Akershus, Oslo

Noter

- * Ett stort tack för synnerligen professionell hjälp av Michael Hagström, chef för KF Bibliotek, Stockholm, och ett stort tack för snabb hjälp vid digital bildhantering till Jan Eriksen, redaktör intranett, Høgskolen i Akershus, Oslo.
- 1 Kategoriseringen ”den moderne svensken” omfattar här både man och kvinna. Begreppen ”modern”

och ”modernitetens” ontologiska status kan problematiseras och diskuteras och används här med dynamisk nominalism som teoretisk utgångspunkt. Det innebär exempelvis att ”människors handlingar och kulturella identitet” åstadkoms parallellt med hur vi kategoriserar och begreppsliggör dem. Våra möjlighetsfärer och våra jag bygger till stor del på vilka kategorier som finns att erfara verkligheten i. Ian Hacking har med begreppet *dynamisk nominalism* – som innebär att det sätt på vilket ett fenomen förmedlas också konstituerar själva fenomenet – visat att det går att kombinera realism med konstruktivism. Man kan inte gå bortom de begrepp och kategorier inom vilka verkligheten beskrivs. Det kulturkonstruktivistiska perspektiv där studiet inriktas på hur *relationerna* mellan olika människor ser ut, måste kombineras med ett rimligt mått av realism, dvs. att man inte bortser ifrån att det finns sociala fakta. Sättet att beskriva en handling blir helt enkelt avgörande för människors handlande. Ett sådant synsätt är präglad av att människors sätt att leva formas av de omständigheter de befinner sig i. Det förutsätter också att det finns strukturella maktförhållanden i samhället som gör att vissa människor underordnas andra, även om de strävar efter att motverka underordningen. Ur Birgitta Svenssons Kulturarvets makt och möjligheter. Opublicerat tal. <http://www.hanko.uio.no/planses/Svensson.html>.

- 2 Numren i brödtexten hänvisar till det nummer varje film har i det digitala arkivet.

Referenser

Litteratur

- Alèx, Peder 1994: *Den rationella konsumenten. KF som folkuppfostrare 1899–1939*. Stockholm/Ste-hag: Symposion.
- Arvidsson, Maria 2002: *När arbetet blev farligt. Arbetarskyddet och det medicinska tänkandet 1889–1919*. Linköping: Temainstitutionen Linköpings universitet.
- Asplund, Gunnar m.fl. 1931: *Acce-pta*. Stockholm: Tiden.
- Bergman, Bosse 2003: *Handelsplats, shopping, stadsliv: en historik om butiksformer, säljritualer och det moderna stadslivets trivialisering*. Stockholm/Ste-hag: Symposion.
- Colquhoun, Alan 2002: *Modern architecture*. Oxford: Oxford University Press.

- Eriksson, Rikard 1999: *Psykoteknik. Kulturell fabrikering av personlig identitet*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Eriksson, Rikard 2003: Visualiserad doft. Parfymreklam som kulturell kontainer. I: *Visuella spår: bilder i kultur- och samhällsanalys*. Anna Sparrman, Ulrika Torell & Eva Åhrén Snickare (red.). Lund: Studentlitteratur.
- Eriksson, Rikard 2005: Landsflykt i skuggvärld. En studie av reklam för psykofarmaka. I: Qvarsell, Roger & Torell, Eva (red.). *Reklam och hälsa. Levnadsideal, skönhet och hälsa i den svenska reklamens historia*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Geertz, Clifford 1983: *The Interpretation of Cultures*. London: Fontana.
- Hampton, Howard 2007: *Born in Flames. Termite dreams, Dialectical Fairy Tales and Pop Apocalypses*. Cambridge Massachusetts: Harvard University Press.
- Hwang, Sun-Joon 1995: *Folkrörelse eller affärsföretag. Den svenska konsumentkooperationen 1945–1990*. Stockholm: Stockholms universitet.
- Jackson, Kathy 1986: *Images of Children in American Film: A Sociocultural Analysis*. New Jersey: Scarecrow.
- Jönsson, Lars-Eric & Svensson, Birgitta (red.) 2005: *I industrisamhällets slagskugga – om problematiska kulturarv*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Kolker, Robert 2008: *The Oxford Handbook of Film and Media Studies*. New York: Oxford University Press.
- Kupfer, J. H. 1999: *Visions of Virtue in Popular Film*. Boulder: Westview Press.
- Monaco, James 2000: *How to Read a Film*. New York: Oxford University Press.
- Qvarsell, Roger & Torell, Ulrika (red.) 2005: *Reklam och hälsa : levnadsideal, skönhet och hälsa i den svenska reklamens historia*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Schroeder, Jonathan 2002: *Visual Consumption*. London: Routledge.
- Sivulka, Julian 1997: *Soap, Sex, and Cigarettes. A Cultural History of American Advertising*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Svedberg, Olle 2000: *Europas arkitektur före 1800: en historisk översikt*. Lund: Signum.
- Torell, Ulrika, Qvarsell Roger & Lee, Jenny (red.) 2010: *Burkar, påsar och paket. Förpackningar, konsumtionskulturer och vardagsliv*. Stockholm: Nordiska museets förlag. Antologi under utgivning med preliminär titel.
- Van Sijl, Jennifer 2005: *Cinematic Storytelling*. California: Michael Wiese Productions.
- Filmer*
- Digitalt arkivnummer 696: *Butikskultur. Kooperativa förbundets instruktionsfilmer*. 1920-tal.
- Digitalt arkivnummer 495: *Konsumskolan visar. En film om grönsaker*. 1940-tal.
- Digitalt arkivnummer 220: *Vi i vår lilla butik*. 1940-tal.
- Digitalt arkivnummer 311: *Vi och vårt. KF-journalen Nr 7*. 1950-tal.
- Digitalt arkivnummer 230: *Mamma gör revolution*. 1950-tal.
- Digitalt arkivnummer 272: *KF-journalen Nr 4*. 1940-tal.
- Digitalt arkivnummer 500: *Var och en sin egen expedit*. 1940-tal.
- Digitalt arkivnummer 497: *Konsumskolan Stockholm visar. En film om kött och charkuterivaror*.
- Digitalt arkivnummer 332: *Vi ser med husmors ögon*. 1950-tal.
- Digitalt arkivnummer 334: *KF-journalen Nr 11*. 1960-tal.

SUMMARY

Cooperative Supermarkets and Swedish Identity 1920–1960

This study has been carried out in the intersection between three disciplines; history, ethnology and film studies. Thus it is important to contextualize the Cooperative Society and relate it to the conditions in the context that is under investigation (Arvidsson 2002; Eriksson 1999; Alex 1994; Jönsson & Svensson 2005). At the same time the primary purpose of the study is of an interpretive ethnological nature with the importance of the analyses directed towards the life ideals, lifestyles, norms and values that both form films and are mediated by them (Geertz 1973, 1983; Eriksson 2003). Additionally it was fruitful for the study to use the conceptual apparatus and theoretical frameworks of film science in order to understand how film both constructs and reflects the contents, contexts, tone and fundamental units of meaning in the study of lifestyles and life ideals (Hampton 2007; Kupfer 1999; James 2000). The analysis focused primarily on the ethnological aspects of films, thus resulting in the fact that the historical, contextual and film studies aspects could have been further developed.

The disposition of the article comprises four sections. The first section provides an introduction to the Swedish Cooperative's ideological base. This ideology has a complex nature that combines aesthetic, technological and political structures. Thus for this reason certain fundamental characteristics of the Cooperative Society's architectural and engineering service that developed the whole concept in the way in which the Konsum grocery 'packaged' its products. The second section deals with the ways in which films about Konsum provide narratives about the identities and patterns of social interaction of modern Swedish citizens. In the third section the analyses from sections one and two are contextualized in order to arrive at conclusions about the ways in which films about Konsum cinematize a specific Swedish modernity that was developed between 1920 and 1960. Finally, the article ends with a discussion of the ways in which the grocery has impacted upon the consumption patterns of people living in Sweden and the development from purchasing based on needs to consumption based on desires.