

Ninni Trossholmen: *"Vi är vana vid att det blåser"* – kvinnoliv och småföretagande i en skärgårdskommun. Bokförlaget Arkipelag, Göteborg 2010. 123 s., ill. ISBN 978-91-85838-79-0.

Etnologen Ninni Trossholmen flyttade 2004 från Göteborg till ökommunen Öckerö i Göteborgs norra skärgård. Där hade hon sedan 1980-talet varit fritidsboende. Till öarna i denna kommun kommer man med bilfärja sedan en sådan förbindelse upprättades 1962. Någon bro till fastlandet har ännu inte kommit till stånd även om det bland öborna har förekommit livliga diskussioner för och emot en sådan förbindelse. Trossholmen har intresserat sig för kvinnorna på öarna. Därför utförde hon ett fältarbete med intervjuer 2005–2006 och gjorde en uppföljning med samma informanter 2009.

Författarens intresse gäller kvinnor som småföretagare och hur detta har bidragit till att många kvinnor kunnat livnära sig på öarna och inte behövt flytta in till Göteborg. Av 500 egna företagare i denna kommun, med cirka 12 000 invånare 2006, utgjordes drygt 100 av kvinnor, dvs. ca 20 procent. Denna siffra hade vid det upprepade fältarbetet 2009 ökat till omkring 26 procent. I övrigt märks inte så mycket av förändringar i själva småföretagandet mellan 2005–2006 och 2009.

Merparten av de kvinnliga företagarna har inga eller få anställda. Sjutton kvinnor har blivit intervjuade och de har en stor spännvidd i ålder. Deras födelseår sträcker sig från 1920-talet till 1970-talet. På så vis har det varit möjligt för författaren att studera förändringar som skett under de senaste årtiondena. Huvudparten av dessa kvinnor har bott hela livet i Öckerö kommun och varit fiskarhustrur. Tre av kvinnorna är inflyttade men har bott här under lång tid.

Trossholmen beskriver också tidigare kvinnogenerationer som benämns "förmödrar" och som enligt informanterna varit driftiga. I boken finns ett helt avsnitt med rubriken "Talet om de starka förmödrarna". Här kunde författaren ha anknutit till tidigare etnologiska diskussioner om huruvida kustkvinnor i Danmark, Norge och Västsverige varit starka eller inte jämfört med sina män som arbetade ute på havet under långa perioder. I det sammanhanget kan bl.a. hänvisas till den norska etnologen Brit Berggreens studier och till den forskning som utfördes inom det tvärnationella Kattgatt-Skagerackprojektet på 1980-talet.

Dessa "förmödrar" var även präglade av en stark religiositet som går under benämningen schartauanism.

Här kunde författaren ha relaterat till Katarina Lewis doktorsavhandling om s.k. schartauanska kvinnor i tre generationer. Denna avhandling förekommer i litteraturlistan, men den har inte använts i analysen av religionens betydelse för kvinnornas företagande.

De intervjuade kvinnorna har i stor utsträckning ägnat sig åt affärsverksamhet. Det gäller livsmedelshandel, blomsterhandel, bokhandel, presentbutik, skoaffär, kaféer m.m. Samarbetet och lojaliteten mellan de olika företagarna verkar vara ett framträdande drag. Konkurrensen upplevs främst komma från affärsföretag på fastlandet där de dagpendlande Öckeröborna kan inhandla varor.

Några kvinnor har nystartat egna företag medan andra har övertagit ett föräldraföretag. En fördel med att ha ett eget företag jämfört med att vara löneanställd anges vara friheten, dvs. att man själv bestämmer och inte är underordnad en chef. Å andra sidan får småföretagaren vara beredd på att arbeta mer än en fyrtyotimmars vecka. Detta medför mindre fritid och en större bundenhet i förhållande till lönearbete. De egna företagarna har också ett klart sämre socialförsäkringsskydd än löneanställda, vilket lett till en del oro bland kvinnorna.

Författaren prövar att kategorisera de studerade kvinnorna som antingen entreprenörer eller pragmatiker. Som teoretisk förebild stöder hon sig på ekonomiforskaren Bengt Johannisson vid Ekonomihögskolan i Växjö. Entreprenören drivs av engagemang för verksamheten, kan inte tänka sig att vara löneanställd och är till skillnad från pragmatikern inte primärt upptagen av ekonomisk vinning. Författaren finner att flera av informanterna befinner sig någonstans mitt emellan att vara entreprenör och pragmatiker. Det finns dessutom en del kvinnliga företagare som primärt får betecknas som entreprenörer.

Eftersom Öckerö är en skärgårdskommun präglas de olika öarna sedan lång tid tillbaka av en stark turism. Av de intervjuade kvinnorna betraktas turisterna med positiva ögon eftersom de utgör ett viktigt kundunderlag för de olika affärsverksamheterna. Informanterna menar att det hade varit bra om turismen hade kunnat spridas till fler delar av året än själva sommarperioden. En övergång från fritidsboende till permanentboende uppfattas också som fördelaktigt. På så sätt har författaren själv kunnat etablera positiva kontakter i denna kommun.

Som helhet betraktad är boken empirinära genom att den i stor utsträckning återger vad informanterna meddelat. Detta är en klar förtjänst, man kommer de småföretagande kvinnorna så nära in på livet. Samtidigt efterlyser jag att analyserna kunde ha fördjupats. Boken tar upp

många intressanta företeelser utan att närmare fördjupa sig i dem. Avsnitten om de äldre kustkvinnorna, religionen och badgästerna är förhållandevis översiktliga och inte klart integrerade i bokens problematik. Det hade varit värdefullt om kulturvetenskapliga diskussioner i dessa avseenden hade varit bättre utnyttjade. Däremot är litteratur om företagande och entreprenörskap mer beaktad och utnyttjad.

*Anders Gustavsson, Oslo*

Ingela Martenius: *Systembolaget. Ett svenskt kulturarv*. Bokförlaget Arkipelag, Göteborg 2010. 103 s., ill. English summary. ISBN 978-91-85838-78-3.

Boken *Systembolaget. Ett svenskt kulturarv* bygger på ett masterexamensarbete av Ingela Martenius – det första i etnologi vid Göteborgs universitet. Ämnesvalet har sitt ursprung i Riksantikvarieämbetets initiativ ”Det moderna samhällets kulturarv” och ett förslag från Länsstyrelsen i Västra Götalands län om en studie kring den svenska alkoholpolitikens kulturarv. Det är också mot den bakgrunden boken ska läsas.

I inledningen ställs en hel del frågor, och författaren vill bl.a. ta reda på ”hur och varför Systembolaget söker stärka sin position i det omgivande samhället, och hur detta upplevs av Systembolagets personal och av konsumenterna” (s. 9). Vidare vill hon undersöka om Systembolaget kan ses som ett svenskt kulturarv (s. 25).

För att besvara dessa frågor har Martenius använt sig av olika materialkategorier: litteratur och skriftliga källor samt intervjumaterial. Till de skriftliga källorna räknas även hemsidor på internet. Totalt har 15 personer intervjuats, fem butikschefer i Systembolaget och resten personer representerande ”allmänheten” eller ”konsumenterna”. De senare är fördelade på tre åldersgrupper: vuxna barn (20–30 år), föräldrar (45–60 år) och farföräldrar (över 75 år). Intervjustrategier har varit enskilda ”traditionella djupintervjuer” och gruppintervjuer med två till fyra deltagare – vad som menas med ”traditionella” djupintervjuer utreds inte närmare. Ett kortare reflexivt avsnitt finns med i inledningen men följs inte upp i någon större utsträckning i själva huvudtexten.

Teoretiskt lutar sig Martenius mot ANT (Actor Network Theory) och Bruno Latours idéer. Hon diskuterar inte dessa speciellt ingående men nämner ett par grundtankar såsom betydelsen av både mänskliga och icke mänskliga aktörer, och hur agerande uppstår i samspelet

mellan dessa – i nätverk. Ett centralt begrepp är ”black boxes”, en helhet, en förgivettagen sanning, som inte ifrågasätts förrän något blir fel och den svarta lådan faller isär i sina beståndsdelar. Ett annat begrepp, som har introducerats av Latour men som vidareutvecklats av Michel Callon, är ”translation”. Det syftar på en överföring; ”en handling som varje gång den utförs förändras såväl den som överförs som det som överförs” (s. 13).

Efter inledningen diskuteras olika synsätt på och definitioner av kulturarv, exempelvis Peter Aronssons tre grundperspektiv där kulturarv kan betraktas pragmatiskt, vetenskapligt och normativt. Här betonas de politiska aspekterna av vad som anses vara viktiga kulturarv och av vem. Vad gäller Systembolaget kan det, menar Martenius, ses som en idé, ett immateriellt kulturarv, vilket existerar genom nätverk av aktörer, genom *samverkan*. Martenius kulturarvsdefinition innebär att efterkommande frågor, t.ex. den om Systembolaget kan ses som ett svenskt kulturarv (se även ovan), får en viss retorisk prägel, eftersom de delvis redan är besvarade. Här har även titeln angett tonen.

I ett kapitel, ”Om alkohol – konsumtion och avhållsamhet”, går Martenius igenom olika alkoholhaltiga drycker, deras historia och framställning. Hon diskuterar också alkoholkonsumtionens historia och eventuella överdrifter när det gäller uppgifter om supandet i äldre tider. Hon menar att tanken på att människor i just Sverige skulle ha varit extra begivna på alkoholhaltiga drycker kan ses som en myt, en del av den inlärdas ”black boxen”. Denna myt är också användbar i Systembolagets självpresentation, eftersom den kan användas för att motivera nyttan med denna institution, dvs. att utöva viss kontroll över medborgarnas drickande. I kapitlet behandlas också nykterhetsrörelsen, motbokssystemet (Bratt-systemet efter dr Bratt) och informanternas syn på alkoholkonsumtionen i Sverige. Inte oväntat är det den äldre generationen som har störst kunskaper om motbokssystemet. Med hänvisning till ANT menar Martenius att Systembolagets historieskrivning är ett exempel på en mycket lyckad translation, dvs. en överföring av alkoholkonsumtionens historia – till såväl butikschefer som konsumenter – på ett sätt som stärker bolagets egen syn på hur förfärligt det var i äldre tider. Man rättfärdigar på så sätt sin egen existens.

”Systembolaget – absolut svenskt” är ett kapitel som mer direkt illustrerar Martenius användning av ANT. Hon lyfter här fram tre centrala nätverk som Systembolaget nyttjar för att säkra sin överlevnad: Socialt ansvar, God service och Svenskt kulturarv. Det sociala ansvaret