

Att ikläda sig identitet

– Konstruktioner av manlighet genom klädbruk i
det tidiga 1900-talets Sverige



Annelie Månsson
ETN K01, VT 12
Avdelningen för etnologi, Institutionen för kulturvetenskaper
Lunds universitet
Handledare: Lars-Eric Jönsson

ABSTRACT

Denna uppsats undersöker hur personer från olika klasser och samhällsgrupper under tidigt 1900-tal förhöll sig till manligt klädbruk. Syftet är att ta reda på hur kläder fungerade som en arena för gemenskap och identitetsskapande, men också som en arena för åtskillnad mellan människor. Detta görs genom att diskutera klassmotsättningar i termer av normer och ideal.

Materialet består av uppteckningsmaterial från Lunds Folklivsarkiv och reklammaterial från veckotidningen Vårt Hem. De samhällsgrupper som behandlas är bönder, arbetare och borgare. Att det inte finns några vattentäta skott mellan dessa grupper behandlas i uppsatsen, och detta är av vikt för analysen.

Materialet har analyserats med hjälp av Bourdieus teorier om olika kapitalformer och hur de tar sig uttryck hos olika grupper, samt hans teorier om arenor som människor rör sig i och emellan. Genom att göra detta skapas en förståelse för hur olika kläder kan vara passande eller opassande i olika sociala sammanhang.

Kläder fungerade normerande och skapade både gemenskap och åtskillnad mellan människor under den undersökta perioden. Genom att kläder belades med moraliska egenskaper, värderingar osv. utvecklades också olika förhållanden till kläder. Dessa förhållanden berodde på en individs levnadsförhållanden, och stora skillnader kunde skönjas mellan de olika yrkes- och samhällsgrupperna. Dessa skillnader tog sig tydligast uttryck i olika individers möjlighet till förnyelse av sina kläder, och på vilket sätt förnyelsen tog sig uttryck: konfektions-, skräddarsydda eller begagnade kläder.

INNEHÅLL

1. INLEDNING	3
1.1. Utgångspunkter och problemfält	3
1.2. Syfte och frågeställning	3
1.3. Teoretiska utgångspunkter	4
1.4. Metod	6
1.5. Material	8
1.6. Etik	9
1.7. Tidigare forskning	10
1.8. Disposition	12
2. ATT IKLÄDA SIG MANLIGHET MED STORT M	13
2.1. Allmän reklam	14
2.1.1. Utbildningsannonser	14
2.1.2. Medicinannonser	16
2.1.3. Övriga produktannonser	19
2.2. Klädreklam	21
2.2.1. Collijns konfektion	21
2.2.2. Övrig konfektionsreklam	24
2.3. Manlighet och kläder i reklam	25
3. FÖRESTÄLLNINGAR KRING MANLIGHET	26
3.1. Kläderna och klädbruket	26
3.1.1. Arbetarnas kläder	27
3.1.2. Borgarnas kläder	29
3.1.3. Lantbornas kläder	30
3.2. Principer för åtskillnad och gemenskap	30
3.3. Konfektion, skräddarsytt eller begagnat?	35
4. RESPEKTABILITET GENOM KLÄDER	37
5. AVSLUTNING	43
6. KÄLLOR	45
6.1. Arkiv	45
6.2. Litteratur	45
6.3. Internet	47

Omslagsbild: Reklambild för Collijns kostymer (Vårt Hem 1926, nr. 44, s. 34)

1. INLEDNING

1.1. UTGÅNGSPUNKTER OCH PROBLEMFÄLT

Kläder har i alla tider skapat och gestaltat motsättningar mellan människor: mellan unga och gamla, mellan kvinnor och män, mellan rika och fattiga. Sådana motsättningar kommer inte sällan till uttryck i moraliserande åsikter om vad som är passande och opassande i olika sammanhang. Det är inte en tillfällighet att vissa kläder korsar gränsen för vad som är ”rätt och redigt” – det är snarare en diskussion som ständigt omförhandlas och omvärderas.

Under moderniseringsfasen som Europa genomgick under 1800- och början av 1900-talet fick de genusroller som vi känner idag sin moderna utformning. Genom demokratiseringen av samhället, där människors plats i samhället inte längre ansågs naturgiven genom de olika stånden (och i förlängningen av Gud), konstruerades föreställningar om de två könen. En betydande del av dessa föreställningar byggde på skillnader och avstånd mellan könen (Jacobson 1998:15f, Entwistle 2000:107f, 146, 151).

En annan sak som denna moderniseringsfas förde med sig var social omstrukturering, som Sverige vid sekelskiftet 1900 i stora drag präglades av. Under det gångna århundradet hade det gamla ståndssamhället luckrats upp och ersatts av ett utpräglat klassamhälle (Frykman/Löfgren 1979:117f). En storskalig urbanisering skedde när lantbruket tvingades ge vika för en ökad industriproduktion i städerna, och en stor majoritet av de som flyttade till städerna var det äldre landsbygdsproletariatet som nu sökte sin lycka i fabrikerna (Frykman/Löfgren 1979:120). I städerna blandades människor från olika samhällsskikt, och detta tog sig uttryck på många sätt.

Klassmotsättningarna var stora, och det fanns många och stora materiella skillnader mellan de olika samhällsgrupperna. Något påtagligt bland dessa materialiteter var kläderna (Frykman/Löfgren 1979:218). Och det är i dessa kläders villkor och uttryck som min studie tar avstamp.

1.2. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING

Syftet med denna uppsats är att ta reda på hur kläder fungerade som en arena för dels identitetsskapande, dels gemenskap (och med andra ord också utanförskap) under tidigt 1900-

tal i Sverige. Jag vill veta hur kläder uttryckte ett samtida manlighetsideal och hur normbrytare behandlades utifrån termer av framför allt klass.

Med utgångspunkt i det klassamhälle som fanns vill jag ta reda på hur man skapade en respektabel ”front” genom yttre attribut, i mitt fall kläder. Vad föreskrevs att man skulle ha på sig? Vad hände ifall man bröt mot dessa normer? Och hur kunde det ta sig uttryck i olika sammanhang? Hur kan kläder ses som en del av en föreställning kring moraliska värden? Och hur kan klädbruk ses som en del i produktionen och reproduktionen av ett klassamhälle?

1.3. TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER

För att kunna analysera mitt material har jag valt att arbeta med framför allt några av kultursociologen Pierre Bourdieus teoretiska begrepp. Han har utvecklat en begreppskatalog och teoribildning utifrån det franska moderna samhället, och hans teorier anses ofta inte vara överförbara i sin rena form på samhällen som inte har samma förutsättningar som det franska (Broady 1998:5). Däremot är hans begrepp användbara för de förhållanden som undersöks i denna uppsats. De nyckelbegrepp jag kommer att använda mig av är symboliskt och kulturellt kapital, habitus-begrepp, samt hans teorier om smak och tolkningsföreträden.

Frågan om smak och tycke ingår i en betydligt större diskussion om hur olika värderingar legitimeras och normaliseras. Detta är något som diskuteras av sociologen Beverley Skeggs i hennes bok *Att bli respektabel* (2000). Hon arbetar här med Pierre Bourdieus teorier om olika kapitalformer för att beskriva hur arbetarklasskvinnor i England kämpat för att anses respektabla.

I det kulturella kapitalet ingår förkroppsligat kapital med smak, vanor, synsätt och värderingar, vilka är ens ”mentala och kroppsliga dispositioner” (Skeggs 2000:20). Man kan i denna undersökning säga att dispositionerna är de förutsättningar man har för att röra sig i det sociala rummet: en arbetare har vissa förutsättningar, en bonde andra och en tjänsteman ytterligare andra. Dessa syns på kroppen i olika former: kläder, hållning, sätt att föra sig osv., och värderas därefter.

De olika kapitalformerna övergår i symboliskt kapital genom legitimering – vilket sker när det finns ett kollektivt samförstånd om dess värde (Broady 1998:6). I förhållande till smak finns det enligt detta synsätt också en rådande ordning efter vilken man bör rätta sig. Gör man inte det hamnar man i ett utanförskap genom vilket man inte tillägnar sig något symboliskt kapital – det enda som i Bourdieus teorier alltså går att omsätta i legitimitet (Skeggs 2000:20ff).

Skeggs vidareutvecklar sin diskussion om Bourdieus kapitalteorier när hon talar om de arenor på vilka man agerar. En arena är ett socialt rum där en viss uppsättning av kapital givits symboliskt värde; för en arbetare är det till exempel andra värden som tillskrivs makt än för en borgare (Skeggs 2000:25f). Detta är något jag menar är väsentligt i diskussionen om hur man kan anse något vara opassande, och hur man kan bedöma andra grupper av människor utifrån yttre attribut (och därigenom även bedöma sin egen grupp). Det är genom att hävda sig mot någon annan som definitionen och distinktionen av en själv framträder. I ett anförande av Bourdieu säger han själv att ”[k]lassens (i alla termens betydelser) emblem avtynar när det förlorar sin distinktiva makt, dvs. när det blir allmänt utspritt” (Bourdieu 1991:221). Genom att kontinuerligt arbeta med sin egen distinktion i förhållande till andra grupper kan man vidmakthålla sin egen position.

Antropologen Terence S. Turner tar i sin artikel ”The social skin” (2007) upp diskussionen om hur man socialiseras in i samhällen och sociala grupper genom utsmyckning (i form av kläder, smink, frisyr osv.). Han menar att ”the surface of the body seems everywhere to be treated, not only as the boundary of the individual as a biological and psychological entity but as the frontier of the social self as well” (Turner 2007:83, se också Entwistle 2000:108f). Turner diskuterar också, i relation till detta, mäns problematiska förhållande till kläder utifrån de manlighetsideal som finns – en man ska stå över fåfänga och modemedvetenhet, men bör samtidigt se ordentlig ut i förhållande till sin sociala roll (Turner 2007:84). Denna ambivalens gällande mannens ”sociala front” uppfattar jag som en nyckel till förståelsen av olika typer av manlighet i min studie. Vad är det som anses manligt i arbetarklassen i förhållande till manligt hos borgerskapet?

Sociologen Joanne Entwistle skriver i sin bok *The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory* (2000) bland annat att 1800-talets ökande urbanisering i Europas städer gjorde utseende till en identitetsfråga. Det blev ett sätt att antingen visa upp sig eller gömma sig för omvärlden, i en tid när man rörde sig i offentligheten på ett nytt sätt (Entwistle 2000:118ff). Hon liknar kläderna med en rustning som man kunde hålla folk på avstånd med (Entwistle 2000:120). Att ikläda sig en ”identitet” är också att förklä sig, mode ingår hela tiden i en kamp mellan autenticitet och förkonstling (Entwistle 2000:112ff). Detta återknyter till Turners diskussion om kroppen som individens front, och i denna kamp tror jag att mycket av värderingarna kring vad det är som är lämpligt att ha på sig ryms. Värderingarna omfattar även hur det är lämpligt att föra sig. ”When the body diverges from the norm in any way, whether in terms of proportion, movement or symmetry, it becomes a traitor to social rules and the moral order. [...] In this respect, our outward physical appearance has become an

important means for obtaining social status.” (Entwistle 2000:124) Om detta skriver också historikern Anna Hedtjärn Wester i sin avhandling *Män i kostym. Prinsar, konstnärer och tegelbärare vid sekelskiftet 1900* (2010), där hon menar att den respektabla manligheten å ena sidan byggde på förmågan att följa modéföreskrifter, men å andra sidan också på att hålla sig inom ramarna för den egna sociala tillhörigheten (Hedtjärn Wester 2010:72, 95ff). Hon skriver om hur olika samhällsgrupper hade olika strategier för att passa in eller avvika, beroende på vilket social grupp de tillhörde.

Teorierna kring vad som var passande och vad som var opassande kommer att få en nyckelposition i min analys.

1.4. METOD

Jag har arbetat utifrån kvalitativa metoder i ett historiskt material, vilket innebär att det finns en del överväganden att göra avseende metod. Etnologen Rebecka Lennartsson skriver i sin artikel ”Etnografiska utfärder i 1700-talets Stockholm” (2010) att det krävs av fältarbetaren att inte göra den historiska kontexten till en ”oproblematiserad fond mot det som sedan utgör själva undersökningen” (Lennartsson 2010:57). Man behöver levandegöra kontexten i så stor mån som möjligt, och göra den historiska verkligheten så nyanserad och sannolik som möjlig (Lennartsson 2010:60f). Det är mot den bakgrunden som beskrivningen och kulturanalysen genomförs. För att göra det har jag framför allt använt mig av historisk etnologisk forskning, i form av Jonas Frykmans och Orvar Löfgrens bok *Den kultiverade människan* (1979).

Lennartsson sätter upp en modell för olika analysnivåer på ett historiskt material: den narrativa (vad beskrivs?), den kommunikativa (vem beskriver? hur beskrivs det?) och den konnoterande (varför finns materialet?). Dessutom ger hon analysen ytterligare en dimension genom att sätta alla dessa frågor i förhållande till vilken skala materialet befinner sig på, offentlig/strukturell, institutionell och individuell (Lennartsson 2010:58). Denna modell har jag använt mig av för att förstå undersökningens material.

Jag har använt mig av frågelistsvar från Lunds Folklivsarkiv. Frågelistor är utformade av institutioner av olika slag (t.ex. arkiv och museer) och är riktade i det att de ställer frågor om specifika företeelser och fenomen. De riktar sålunda också berättandet hos meddelarna, som listorna skickas till. Det är ofta en ganska stor mängd meddelare som svarar på listorna, vilket sålunda också kan ge talrika svar. Vissa listor är mer riktade än andra, men ofta (åtminstone listor från de senaste 50 åren) innehåller de öppningar för meddelarna att berätta

också andra historier än de som efterfrågas (om diskussion kring frågelistor, se bl.a. Salomonsson 2003 och Nilsson 2003).

Jag har studerat frågelistsvaren utifrån de ”levnadsberättelser” meddelarna återgett för att kunna sätta in informanterna i ett relevant sammanhang, där samtiden blir en stor förklaringsfaktor. Sålunda gör jag också historien mer rättvisa. Vikt har lagts vid uttalade och outtalade värderingar kring kläder och olika människor i svaren, och inte främst just *vad* man har haft på sig.

Om man tänker på frågelistsvaren som levnadsberättelser, så kan man inte undvika en diskussion om kontextualisering. Etnologen Barbro Klein diskuterar i sin artikel ”Nm 223 Personlig hygien. Reflektioner kring frågelistor, meddelarsvar och vetenskap” (2003) vikten av att göra inte bara en innehållslig tolkning av meddelarsvaren, men också en textuell. Var i svaren finns ironier, utsvävningar osv.? Genom att kontextualisera ett svar kan man få ut mer av materialet, och genom att sätta det i sitt rätta sammanhang och inte enbart använda sig av de utdrag som direkt svarar mot ens frågor kan man utläsa också nyanser i berättelserna. Förklaras en motvilja eller ett brinnande intresse i en annan del av berättelsen än just den analyserade kan det också ha förklaringsvärde i det analyserade. Det är här alltså en fråga om att kontextualisera inom frågelistsvaret (Klein 2003:80f).

Jag har i min undersökning kontextualiserat i den mån jag kunnat, och materialet jag använt bygger på frågelistan LUF126 – Stadstraditioner, där frågorna är indelade i kategorier (a: Yrken och sysselsättningar; b: Bostad; c: Mat, dryck, husgeråd och måltidsseder; d: Kläder; e: Familj, släkt och hemliv; osv.). Detta har gjort det ganska enkelt att sortera ut det material som behandlar just kläder. Med tanke på den inriktning jag har på klass och genus har jag också tagit del av information om boendeförhållanden, motsättningar mellan meddelaren och andra människor (ofta i förhållande till stadsdelar, landsbygd, andra klasser osv.), och dessutom förhållandet till socialhjälp av olika former. Denna avgränsning beror på den tidsram jag har haft och det omfattande material jag tagit del av. På detta sätt anser jag mig heller inte ha gjort våld på de undersökta meddelarsvaren.

I en textuell tolkning av meddelarsvar ingår också de små berättelser eller anekdoter som finns insprängda mellan svaren på specifika frågor. Dessa har ofta mycket att berätta och är av vikt för själva framställningen (Klein 2003:82). Klein skriver att sådana berättelser är ”korta, avrundade episoder som har tydlig början och slut och ofta en komplicerande poäng” (Klein 2003:82). Det är också dessa som mest avviker från en annars ganska frågestyrd framställning, och därför också de som kan ge något mer än det som efterfrågas. Värderingar

och betydelser mellan raderna blir här väldigt tydliga, liksom den omvärld meddelarna förhåller sig till (Klein 2003:83).

Utöver uppteckningsmaterialet har jag arbetat med reklambilder. Bilderna fungerar normerande i det att de föreskriver hur man ska bete sig, klä sig osv. I artikeln ”Approaches to Analysis in Visual Anthropology” (2001) skriver antropologen Malcolm Collier om bildanalys och hur man kan gå tillväga för att finna mening i en bildserie. Han skriver främst utifrån ett fotograferande, men metoderna går också att applicera på ett material som blandar tecknade bilder, fotografier och text, så som reklambilder ofta är uppbyggda. Den metod som används här är direktanalys, som är en systematisk metod för att utläsa mening i fyra steg: 1. titta på hela materialet och utläsa ”övertoner”; 2. gå ner på djupet och analysera bild för bild utifrån vägledande frågor; 3. strukturera bilderna utifrån kategorier och jämförelser; och 4. återgå till en översikt för att föra samman analys och helhet (jfr Collier 2001:38ff). Genom att göra på detta sätt kan man också laborera med olika typer av kategoriseringar, och därigenom ge materialet ett större djup (jfr Collier 2001:40).

1.5. MATERIAL

Mitt huvudmaterial för att ta reda på hur kläder fungerade som identitets- och gemenskapande är frågelistvar från Lunds Folklivsarkiv. Det rör sig om frågelistan LUF126 – Stadstraditioner, med svar som både är omfattande och talrika. Det är inte jag själv som samlat in och producerat detta material, vilket också gör att uppsatsens huvudfrågeställning inte självklart besvaras i det. Det finns en del svårigheter att använda ett existerande material, som bygger på andra förutsättningar och syften än de jag själv har. Detta är dock inte någon ovanlighet när det kommer till en historisk studie, och jag menar att materialet ändå är starkt nog. Det bygger på ett självständigt berättande från informanternas sida, och frågelistan uppmanar meddelarna att gärna också berätta om andra saker som de anser vara intressanta i sammanhanget. Man kan se svaren som ett slags självbiografier, vilket etnologen Carola Ekrem har reflekterat över i sin artikel ”Frågelistsvaren som berättelser” (2003). Hon menar att berättelserna kan ses som livshistorier, med ”tidigare återgivna och formulerade delar, skildringar av enskilda händelser och tolkningar av dem” (Ekrem 2003:57). Det är alltså efterkonstruktioner som har getts tid att formuleras och tolkas, och som alltså också kan vara ofullständiga och möjligen också fel ihågkomna. Det är dock inte de enskilda individerna jag här har valt att återge, det är inga hela livshistorier som utgör mitt material, utan delar av desamma – sammanvävda för att kunna utläsa större sammanhang. Det är de gemensamma

iakttagelserna som ligger till grund för den analys som kommer att göras, tillsammans med enskilda meddelares reflektioner kring olika företeelser.

Uppteckningarna talar om skilda förhållanden: landsbygd och stadsmiljöer, borgare och arbetare, ung och gammal osv., men ändå med ett individuellt djup. De täcker flera samhällsgrupper, dock med övervikt på arbetarklassen. Från LUF126 har jag arbetat med svar från 60 individuella meddelare, alla är födda 1890 eller senare. Tiden som de beskriver är från omkring sekelskiftet 1900 fram till omkring 1930.

Etnologen Bo G. Nilsson diskuterar frågelistans vetenskapliga värde i sin artikel ”Frågor, svar – och vad mer?” (2003). Nilsson menar att en ”källkritisk aspekt var att frågelistsvaren inte var tillräckligt många, inte täckte hela landet och inte hade den detaljeringsgrad som kvalificerat vetenskapliga frågeställningar krävde” (Nilsson 2003:115). På grund av detta kan frågelistsvar kräva kompletterande material (Nilsson 2003:115).

Med tanke på att jag inte har skapat mitt eget frågelistmaterial och att det sålunda inte behandlar uppsatsens specifika frågeställning har jag valt att komplettera den information jag får härifrån med ett stort bildmaterial ur veckotidningen ”Vårt hem” (årgångarna 1921, 1926 och 1930). Det är en familjetidning som gavs ut mellan åren 1921 och 1951. Efter det köptes den upp och slogs ihop med ”Året runt” (NE 2012: Vårt Hem). Jag har valt att undersöka åren 1921, 1926 och 1930, för att få en viss spridning i materialet.

Jag har sökt efter reklammaterial där det finns klädda män avbildade, vilket har inneburit att det finns både tecknade bilder och fotografier. Det rör sig om reklam för vitt skilda produkter och tjänster. Dessutom har jag använt mig av det textmaterial som hör reklambilderna till.

Veckotidningsmaterialet återger en påfallande normativ bild av mannen och manligheten, och det är utifrån dessa premisser jag har arbetat med detta material.

1.6. ETIK

Barbro Klein skriver om hur frågelistor historiskt sett ofta förvanskats av forskare genom att de gjort textuella redigeringar som tagit bort många av de nyanser som meddelarna i originalsvaren haft med (Klein 2003:74). Hon menar vidare att forskare många gånger har använt materialet på ett sådant sätt att man valt bort det som inte bekräftat uppfattningar som forskarna haft från början, framför allt i förhållande till sägner och tro, och sålunda försökt göra materialet kvantifierbart (Klein 2003:74). Detta är ett tillvägagångssätt jag inte kan ställa mig bakom, och därför kommer jag också att arbeta med mina meddelarsvar så försiktigt som

möjligt. Jag kommer så långt som möjligt att använda direkta citat, och de referat som finns är först och främst rena sakuppgifter.

Särskilda överväganden har också gjorts på grund av att materialet är historiskt. Collier skriver i sin artikel att när man analyserar bilder (och annat, egen anm.) har man på sig ett slags kulturella linser som gör att man kanske sätter in sitt material i en kontext där det ursprungligen inte hör hemma (Collier 2001:58). Det är därför viktigt att visa var materialet kommer ifrån och förklara hur man har gjort sitt urval. På samma vis kommer det att bli av vikt att förklara reklambildernas funktion och frågelistsvarens kontext, och vara noggrann med att beskriva mitt arbetsförlopp. Just när det kommer till ett historiskt material är det lätt hänt att sätta sig ”över” det som sägs, och därför är kontextualiseringen viktig i sammanhanget (jfr Frykman/Löfgren 1979:13ff, Lennartsson 2010:57).

Det finns i alla sammanhang där det handlar om att tolka andra människors upplevelser och egna ord en risk för att övertolka och lägga ord i mun på folk, som de måhända inte menar.

1.7. TIDIGARE FORSKNING

Det finns många olika teman inom ramarna för min undersökning: manlighet och genus, klassmotsättningar, kläder osv. Det skulle vara omöjligt att här återge allt det som har skrivits på dessa teman.

Inom etnologisk forskning har det skrivits mycket om alla dessa olika teman, men ganska lite om klädbruk ur historisk synvinkel. Etnologen Maja Jacobson har skrivit flera böcker om kläder, t.ex. *Gör kläderna mannen? Om maskulinitet och femininitet i unga människors bruk av kläder, smycken och dofter* (1998). I den boken kan man dock ifrågasätta hennes roll som forskare när hon behandlar sina informanter. Det finns luckor i hennes analyser och en knapphändig teoretisk anknytning, vilket gör att de inte går så djupt ner i *hur* det kan komma sig att man klär sig på olika sätt, utan huvudsakligen *att* man gör det (se också recension av Mörck 2000:54f). Jag menar dock att hennes böcker fortfarande är ett betydande bidrag i den etnologiska forskningen kring kläder.

Det finns många andra böcker om ungdomar och kläder, t.ex. Berit Wigerfelts doktorsavhandling *Ungdom i nya kläder: dansbanefröjder och längtan efter det moderna i 1940-talets Sverige* (1996) som behandlar ungdomskultur i städerna på 1930- och 1940-talet och Johan Wennhalls doktorsavhandling *Från djäkne till swingpjatt: om de moderna ungdomskulturernas historia* (1994).

Exempel på andra undersökningar om kläder och klädbruk är den tvärvetenskapliga antologin *Påklädd, uppklädd, avklädd: om kläder, kropp och identitet* (Nilsson/Garnert (red.) 2005) som handlar om olika aspekter av mode och modets historia, samt historikern Anna Hedtjärn Westers avhandling *Män i kostym: prinsar, konstnärer och tegelbärare vid sekelskiftet 1900* (2010). Hedtjärn Wester gör näranalyser på ett fåtal män under tiden kring sekelskiftet 1900. Hon lägger in deras historier och deras biografier tillsammans med ett brett register av samtida reflektioner i en analys av kostymen och dess användning. Genom att göra detta levandegör hon också den historia hon skildrar. Min undersökning har liknande anspråk. Genom att arbeta med meddelarnas historier utifrån deras erfarenheter av klädbruk tillsammans med deras livshistorier, och genom att sätta in dessa historier i en konsumtionsinriktad kontext genom reklamaterialet, har jag kunnat ge en bild av klädbruket i det tidiga 1900-talets Sverige.

Inom kläd- och genusforskningen finns det många sociologer som varit och är verksamma. Joanne Entwistle har bland annat skrivit boken *The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory* (2000), som är en historieskrivning om kläders sociala funktion. Hon analyserar en mängd fenomen som rör klädbruk och identitet, och knyter an till teorier om klass, genus och performativitet. Också Pierre Bourdieu har skrivit mycket om modebranschen, inte minst ur ett produktionsperspektiv. Men i texten ”Mode och finkultur” (1991) beskriver han också konsumenterna av mode, utifrån hans tidigare teorier kring smak, kapital och sociala fält.

Om man istället söker efter manlighetsstudier så finns det mycket från 1990-talet och framåt. Antologin *Rädd att falla: Studier i manlighet* (Ekenstam (red.) 1998) utgör en bra introduktion där forskningsläget presenteras och utvecklas av olika forskare.

Det finns också en del manlighetsstudier i förhållande till kläder, men ur det perspektiv jag har i denna studie tycks det vara mer knapphändigt. Jacobsons och Hedtjärn Westers manlighetsstudier har i princip samma utgångspunkter som min – maskuliniteten som socialt konstruerad, vilket innebär konstruktion och självidentifikation utifrån olika sammanhang (Jacobson 1998:19ff, Hedtjärn Wester 2010:17f, 133f), samt teoriansknytningen till Bourdieu (Jacobson 1998). Hedtjärn Wester skriver kostymhistoria, medan Jacobson har förlagt sin studie till sin egen samtid: 1990-talets Umeå.

Historiska dräktstudier har oftare hamnat i en sociologisk eller kultur-/dräkthistorisk fåra, vilket inte ger upphov till samma typ av analys som den etnologiska. Att inte bara se till de stora samhällseliga faktorerna i modeskiftet, utan att lägga an ett kulturanalytiskt perspektiv på klädbruk är inte ett helt vanligt område, i alla fall inte avseende manliga kläder. Kvinnors

kläder är över huvud taget mer utforskat än mäns, troligtvis på grund av de föreställningar som finns om manlighet och maskulinitet när det kommer till kläder, fåfänga och estetik (jfr diskussion om manlighetsideal i Frykman/Löfgren 1979:86f, Entwistle 2000:21f, Hedtjärn Wester 2010:10ff). Därför vill jag också med denna studie slå ett slag för att historiska studier både kan förklara och uppmärksamma skeenden också i den egna samtiden; vi lever inte bortom vår historia, den är snarare en aktiv del av den verklighetsbild vi har. Detta återkommer jag till i slutdiskussionen.

1.8. DISPOSITION

I de nästkommande kapitlen kommer det material jag använt mig av att presenteras närmare och analyseras utifrån de teorier som presenterats i detta kapitel. Uppsatsen avslutas med ett sammanfattande kapitel där de olika materialkategorierna knyts ihop och slutsatser dras.

Kapitel 2 behandlar det reklammaterial som hämtats ur ”Vårt hem”, dels för kläder och dels för reklam för andra produkter och tjänster. Jag har studerat bilderna utifrån de normer som de föreskriver, så som ett offentligt material, och därigenom har tendenser om samtiden utlästs.

I kapitel 3 analyseras uppteckningsmaterialet från frågelista LUF126 genom närläsning av meddelarnas historier om klädbruk. Bourdieus teorier om klass och kapital får här stort förklaringsvärde. Kapitel 4 fortsätter att analysera uppteckningsmaterialet, med temat respektabilitet, antingen i förhållande till den egna klassen eller till andra. Där lyfts också reklamaterialet in i diskussionen.

Slutligen, i kapitel 5, återknyter jag analyserna till teorier och lyfter upp diskussionen till den övergripande frågeställningen.

2. ATT IKLÄDA SIG MANLIGHET MED STORT M

Detta kapitel knyter an till frågorna om normerande föreställningar om herrkläder, om hur män borde klä sig, samt hur en respektabel front skapades genom kläder. Hur ser manlighetsidealet ut i reklamaterialet? Vilka olika manligheter framställs? I vilka sammanhang finns de framställda? Och hur tar de sig uttryck i materialet, vad är eftersträvsvärd manlighet och vad är det man vill åtgärda med hjälp av produkterna?

Materialet som jag i denna del av uppsatsen arbetar med är reklammaterial från familjetidskriften "Vårt hem" (1921, 1926, 1930), och jag har valt att dela in denna undersökning i två delar grundat i materialtyp. Klädreklam kommer att behandlas för sig, och reklam för annat än kläder kommer att behandlas för sig. Denna indelning föll sig ganska naturligt. Reklam för kläder talar ett annat språk än reklam för t.ex. parfym. Det blir ett mer subtilt meddelande om vad man bör ha på sig när det är medierat genom parfymreklam än genom direkt klädreklam, då kläderna i parfymreklamen underförstått är "som de bör vara" i den givna situationen. Klädreklamen fungerar normerande på ett annat sätt, eftersom kläderna då är i fokus.

Kommunikationsvetarna Jonathan E. Schroeder och Detlev Zwick skriver i sin artikel om maskulinitet och reklam (2004) ur ett delvis historiskt perspektiv. De menar att reklam har haft en starkt normerande funktion tack vare sin realistiska karaktär, och att före deras inträde i tidningar hade visitkort en liknande funktion (Schroeder/Zwick 2004:30ff). Schroeder och Zwicks teorier om reklam och dess funktioner stärker tesen om att reklam i sig är preskriptiv, den föreskriver specifika beteenden och utseenden (Schroeder/Zwick 2004:23). De skriver om hur "advertising plays a strong role in promulgating dualistic gender roles" (Schroeder/Zwick 2004:21). Här talas det alltså om en dualism som står mellan kvinnor och män, jag menar att det också kan finnas en motsvarande dualism mellan åtråvärd manlighet och icke åtråvärd manlighet. Den åtråvärda torde då vara det som det görs reklam för, den icke åtråvärda blir implicit (eller emellanåt, så som det kommer att framgå, väldigt uttalat) det reklamen vill "åtgärda". Att åtgärda i detta sammanhang handlar främst om att sälja en produkt eller tjänst för att den är åtråvärd - och det tillstånd som man befinner sig i före inköp blir därigenom alltså icke åtråvärt.

2.1. ALLMÄN REKLAM

Jag har som tidigare nämnt arbetat med tre årgångar av ”Vårt hem”. Det första som slår mig när jag tittar på bildmaterialet är den kontinuitet som framträder. Den bild som framställer Mannen skiljer sig inte väsentligt åt mellan olika reklamkategorier; han är med få undantag klädd i kostym eller skjorta och väst, ibland också med ytterrock eller uppklädd i frack eller jackett. Av det sammantagna materialet på 59 bilder är han klädd så på 53. De övriga sex bilderna framställer honom iklädd skjorta och fluga/slips (fyra bilder), i trikåer (framställd som tyngdlyftare, en bild) och i pyjamas (en bild).

Den likriktning som finns i kläderna i detta reklammaterial talar om hur modet såg ut i det tidiga 1900-talets Sverige. Reklamaterialet behandlar som sagt tidsspännat 1921-1930, men också tidigare var kostymen som sådan var mans plagg. Hedtjärn Westers avhandling om kostymer och kostymbruk talar om just detta. Hon skriver att ”[k]ostymen var det senaste modeplagget i den manliga garderoben [omkring 1900] och den bars av nästan alla män. För alla män kan man därför säga att den moderna kostymen [...] representerade modernitet” (Hedtjärn Wester 2010:17). Huruvida modernitetsstämpeln fortfarande fanns över kostymbruket i reklamaterialet är svårt att säga, men genom att visa män i kostym i reklamannonser skapade man också annonser som kunde vända sig till alla samhällsgrupper och alla läsare. Men det är inte bara genom kläderna som reklamen riktades, också genom det budskap och de texter som fanns i samband med reklambilderna skapades ett eftersträvt ideal.

Ska man se till hela materialet så finns det 22 annonser för olika typer av korrespondensutbildning, 11 för medicin, 7 för cyklar eller bilar, 14 för olika typer av vardagsprodukter (cigarrer, parfym, tvålar osv.), och 5 för tyger. De har alla olika inriktning: korrespondensutbildningsannonserna riktar sig till personer som vill utbilda eller fortbilda sig på distans (av annonserna framgår att ”Ålder, boningsort eller nuvarande sysselsättning utgöra ej något hinder för någon att delta i vår undervisning. Avgifterna äro låga.” (annons för Hermods Korrespondensinstitut, Vårt Hem 1926, nr. 14, s. 41)), medicinreklamen vill motverka någon typ av åkomma, och vardagsprodukt- och teknikannonserna föreskriver ett önskvärt beteende och en önskvärd livsstil.

2.1.1. Utbildningsannonser

Utbildningsannonserna är den rikaste annonskategorin och följer med under alla årgångar som jag undersökt: 1921 finns det 4 stycken, 1926 finns det 12 stycken och 1930 finns det 6

stycken. Annonserna kommer från två olika institut: Hermods och Noréns, och riktar sig till personer som antingen vill fortbilda sig inom sitt yrke eller utbilda sig inom t.ex. språk. Männerna i annonserna är så gott som alla framställda i kostym, med undantag av en annons för teknisk fortbildning. Här är det istället en verkstad av något slag som finns i blickfånget, bredvid en bild av ingenjörer i arbete (se bild 1).



Bild 1. Det finns endast en korrespondens-annons i materialet som genom sin bild direkt riktar sig till arbetare, då inom de tekniska yrkena och ingenjörstekniken. Den ena bilden tycks vara någon form av verkstadsmiljö, medan den andra föreställer skrivbordsarbete. Kläderna de har på sig är blåställ och skjorta, eller som till höger den traditionella kostymen. "Bragdernas män" är teknikerna.

(Vårt Hem 1930, nr. 13, s. 33)

Men majoriteten av männen är som sagt klädda i kostym och sittande i en läsfåtölj eller vid sitt skrivbord, med rubriksättningar till annonserna som: "Önskar Ni en vävlönad plats" (Vårt Hem 1926, nr. 35, s. 41), "En säker existens" (Vårt hem 1926, nr. 14, s. 41) eller "Vägen till framgång" (Vårt hem 1921, nr. 1, s. 31). Det är mannen på karriärstegen som är idealet - den uppåtsträvande, förborgerligade mannen. I *Den kultiverade människan* skriver Frykman/Löfgren att "[d]etta karriärtänkande var fast förankrat i en bestämd social grupp;



Bild 2. Mannen på bilden sitter vid sitt skrivbord och läser i en tidning. Det blankpolerade bordet, mannens fina kostym och de tillhörande texterna vittnar om en verklighet bortom kroppsarbete.

(Vårt hem 1926, nr. 47, s. 42)

borgerskapets män. Arbetare förväntades inte göra karriär, lika litet som borgerskapets kvinnor.” (1979:36) Männerna på bilderna i annonserna tar sig alla för arbetsuppgifter som tillåter dem att ha vita skjortor, stärkta kragar, slips och kavaj, något som per automatik utesluter en kroppsarbeters hårda vardag. På bild 2 ser vi en man som sitter vid ett skrivbord och läser en tidning. Sannolikt är det platsannonser till höger om bilden som läses av mannen: ”Ung man får plats som chefsassistent i större bolag.”. Denna plats kan bli verklighet för den som fortbildar sig hos Noréns korrespondensinstitut, och det är tydligt, liksom i många andra annonser av detta slag, att det inte är en kroppsarbetare som tilltalas. Kvalifikationer som följer detta yrke är att man ska vara ”fullt insatt i modern kontorsteknik, samt självfallet vaken och energisk”. Vikten som här läggs vid kontorsteknik utesluter också, om inte tidigare i annonsen, de kroppsarbetare som skulle vilja fortbilda sig. Detta stärker också det påstående som Frykman och Löfgren ger i citatet ovan: arbetare förväntades inte göra karriär, och lika lite eftersöktes de av utbildningsinstituten.

2.1.2. Medicinannonser

Annonserna för olika medicinska preparat är som tidigare nämnt till för att motverka en åkomma av något slag. Nästan alla dessa annonser är från Fruksalt-Samarin, som ”befriar mage och tarmar från otjänliga ämnen, gifter, som måste bort, renar blodet och utdriver den skadliga urinsyran. Det stärker hela kroppssystemet och håller fysiken fin” (Vårt Hem 1930, nr. 17, s. 3). Det finns också annonser för nervmedicin, mineralextrakt och liniment. De män som finns på bild i denna reklamkategori framställs på två sätt, antingen före de intagit medicinen och sålunda är i behov av den (icke eftersträvansvärt) eller efter att de intagit medicin (eftersträvansvärt).

Till skillnad från utbildningsannonserna är det här inte i huvudsak arbetande män som gestaltas. Personerna förekommer istället i flera andra situationer: läsande i fåtöljen, vid vattenpumpen ute i solen, skrivandes brev osv. Arbetare på bilderna förekommer enbart i ett fall, i en annons för Samarin (se bild 3). Här ställs tankearbetaren mot kroppsarbetaren som ett sätt att visa att Samarin fungerar för alla. Tankearbetaren är klädd i skjorta, slips och kavaj, medan kroppsarbetaren är klädd i skjorta, blåställ och keps. Att ställa de två mot varandra i representationen blir i sig ett sätt att påvisa att det faktiskt finns skillnader mellan de två gestaltade ”rollerna”. Man skulle kunna se denna gestaltning som ett sätt att skapa distinktion mellan den (åtråvärda) tankearbetaren å ena sidan, och kroppsarbetaren å den andra. Båda gynnas av Samarin, men skillnaden finns där ändå – en distinktion som, om man ska tro

Frykman och Löfgren (1979:34f), blev ett sätt för borgerskapet och ”tankearbetarna” att hävda sin ledande position.



Bild 3. Mannen är så gott som uteslutande framställd i kostym i materialet. Här är dock en av de få bilder där mannen ges ytterligare en roll som kroppsarbetare. Han är klädd i vit skjorta, blåställ och keps, medan tankearbetaren är klädd i kostym och slips. Rollerna de ges är i sig också en normerande föreställning – tankearbetaren som sittande med sina böcker, och kroppsarbetaren stående vid sin maskin.

(Vårt Hem 1930, nr 40, s. 3)

På övriga bilder finns män gestaltade i kostym eller i skjortärmarna, välvårdade och vid god vigör. I två fall i denna materialtyp förekommer före- och efterbilder. Här ställs en oordnad och hängig förebild mot en pigg och vårdad efterbild. Bild nr. 4 är ett sådant exempel. Här ser vi två olika män, en som har intagit Samarin (t.v.) och en som inte gjort det (t.h.). Av texten att döma vill den ena mannen att den andra ska ta medicinen för att piggas upp. Mannen till höger sitter hopsjunken i sin fåtölj. Kostymen är skrynklig och han ser djupt bekymrad ut. Mannen till höger (i det åtråvärda tillståndet) står däremot rak i ryggen och håller bestämt upp en flaska Samarin. Kostymen är välstruken, skjortan och slipsen välsittande, håret kammat i sidbena: detta är mannen man kan bli som man tar sin dos Samarin varje dag. Här kan man tala i termer av att kunna bära upp sin kostym. Den sjuka mannen sitter ovårdad och nedsjunken i fåtöljen, och för sig inte alls som en man i kostym bör göra. Mot detta ställs mannen till vänster, vars uppsyn och hållning är betydligt mer bestämd och värdig, med den raka ryggen, bestämda blicken och sitt vårdade yttre.

Här är det rätta medlet som kan pigga upp dig gamle vän,



Slöhet och olust jagas bort omedelbart, och hela organismen utstrålar energi och livskraft.

FRUKTSALT-SAMARIN anställer en ingående rengöring i kroppens alla celler och befriar dem från skadliga förbränningsprodukter, renar och uppfriskar blodet effektivt, utdrivar den skadliga urinsyran, neutraliserar magsyra och livar domnade livsandar.

Ett dagligt bruk av **FRUKTSALT-SAMARIN**, vid törst och till måltidsdryck betyder hälsa och ökad arbetskraft, ty det borttager roten och upphovet till underminerad hälsa.

FRUKTSALT-SAMARIN är den första hjälpen vid förekommande illamående och bör därför finnas i varje hem, det är en välgörande huskur och på samma gång ett härligt njutningsmedel, pris pr fl. Kr. 2,50 varav erhålles 50 glas Samarin-hälsosvatten, säljes å Apotek, Drog-, Kemikalie- och Speeriaffärer m. fl. ställen.

CEDERROTHS TEKN. FABRIK, STOCKHOLM

Bild 4. Mannen till vänster står rakryggad och visar ”det rätta medlet” för mannen till höger. Han är å sin sida hopsjunken i en fåtölj, med skrynklig kavaj och med pannan i ett bekymrat veck.

(Vårt hem 1926, nr. 22, s. 3)

Där enbart före-bilden förekommer finns samma meddelande att läsa in. Reklamen för nervmedicinen Miradium (bild 5) föreställer mannen lättskrämd och ur fas. Mannen är genom sin nervositet en representation av borgerskapet – arbetaren hade inte tid att fundera på en

Det är nerverna



Är det på samma sätt med Er?
— Far Ni upp vid allra minsta, oväntade ljud — eller spela nerverna Eder på annat sätt ett spratt — så är det på tiden, att Ni lär känna *na. urens eget styrkemedel: Äkta radium.*
Använd **Miradium!** Det innehåller *äkta radium* i noggrant avpassade doser, det har hjälpt tusenden och åter tusenden, det rekommenderas av läkare och användes på sjukhus, ty det är ett aldeles utmärkt botemedel vid nervsjukdomar.

MIRADIUM

Fås på apoteken i glas till en hel månads radium-kur för kr. 6,50 per glas.

Bild 5. Den nervsjuka mannen är inte tagen ur sitt sammanhang. Sittande i sin fåtölj och med telefonen ringandes på sidobordet blir han en representant för medelklassen.

(Vårt Hem 1930, nr. 46, s. 45)

nervös läggning, och med tanke på hans fysiska arbete hade han heller inte de mentala förutsättningarna för att bli nervös, enligt dåtidens syn på arbetarklassen (jfr diskussion om borgerskapets disciplinering av arbetare i Frykman/Löfgren 1979:119, 127). Mannens samhällsposition i bilden förstärks också av faktumet att det är en telefon som skrämmer honom. Han ser ut att sitta i en hemmiljö, där finns inga skrivbord eller annat som tyder på att han befinner sig på en arbetsplats. Telefonen var inte något som man tog för givet under denna tid, bara tretton år tidigare fanns det i Sverige endast 53,4 telefoner per 1000 invånare (Nordisk familjebok 1919:713).

Somliga bilder är mer tillåtande att läsa in klass i än andra. Ytterligare en samarinannons har rubriken "Hög som låg", varpå två identiska män i kostym finns återgivna, dock i olika storlek (se bild 6). Man kan ställa sig frågan hur rubriken talar med bilderna, och hur de identiska männen kan anses vara representanter för det som de ska representera i reklamen. De idealiserade höga och låga männen är båda glada och finklädde i välsittande kostym, ingen skillnad görs mellan dem utöver deras storlek. Det är genom subtila medel skillnaderna syns: storleken på de föreställda skulle kunna syfta på männens samhällsposition. Hög och låg kan tolkas som borgare och arbetare.



Bild 6. Denna tecknade, stiliserade man föreställer "Hög som låg" och till det yttre syns inga skillnader. Männen är identiska och iklädda kostym, skjorta och slips och båda synes lyckliga efter ett glas Samarin.

(Vårt Hem 1930, nr. 13, s. 3)

2.1.3. Övriga produktannonser

Denna reklamkategori rymmer flera olika typer av annonser: cigarrer, pastiller, tvål, cyklar, bilar osv. Därmed vänder sig annonserna också till en bred publik. Det finns rena

lyxkonsumtionsvaror i materialet, såsom Caprice lyxtvål med rubriksättningen ”För de moderna en modern tvål.” (Vårt Hem 1930, nr. 42, s. 49) eller cykelannonsen ”Turistfärden blir angenäm och behaglig” (Vårt Hem 1930, nr. 25, s. 45). Att jag räknar cykelannonsen som lyxreklam är för att semester inte lagstodgades förrän 1938 i Sverige, och att det därmed endast var en liten del av befolkningen som hade möjlighet att turista. (NE 2012: semester) Det finns också annonser som i sin utformning vänder sig till alla, t.ex. tvättmedels-, tvål- och pastillannonser.



Bild 8. Människor som inte har stora summor pengar att spendera kan nöjda använda sig av Solidar Tvätt-Extrakt. Bilderna talar dock ett annat språk. Här är det inte någon arbetare som representeras.

(Vårt Hem 1926, nr. 46, s. 47)

Det överhängande intrycket av annonserna är dock att de vänder sig till en ganska välbärgad målgrupp. Om man t.ex. ser till en annons för Solidar Tvätt-Extrakt kan man tänka sig att den rent textuellt skulle vända sig till en bred målgrupp, med texten ”Solidar innehåller c:a 38% tvål och är därför det förmånligaste och billigaste tvätt- o. rengöringsmedlet” (se bild 7). Tittar man däremot på bilderna som hör till är det något annat som möter en. Den övre bilden föreställer två män, en kostymklädd och bärande på något som liknar en kristallkrona, och en klädd i jackett med långbyxor och plommonstop. I miljön de befinner sig i finns också ett stort porträtt. Den nedre bilden föreställer ett stort dansgolv i en sal med kristallkronor. I förgrunden dansar ett par, kvinnan iklädd pärlhalsband och mannen i mörka kläder. Båda

miljöerna tycks vara hämtade ur en verklighet som nog var främmande för större delen av befolkningen vid denna tid.

2.2. KLÄDREKLAM

Klädreklamen i "Vårt Hem" omfattar i huvudsak annonser för konfektionsföretaget Collijns (25 annonser). Utöver detta kommer reklamen från klädföretaget Syfabriken, postorderföretaget Åhlén & Holm A/B samt några enskilda annonser från olika herrekiperingar. Alla annonser säljer kläderna som finns på bilderna.

En diskussion om konfektionsbranschen är här på sin plats. Konfektionskläder är till skillnad från skräddarsydda kläder mönstertillverkade och ej tillverkade efter individers kropps mått. De har därför inte samma goda passform som skräddarsytt, och är inte lika tidskrävande eller dyra att tillverka. Historiskt sett har det inte funnits konfektion under särskilt lång tid. Före år 1834 var det förbjudet att sälja färdiga kläder i Sverige, och först med Första världskrigets teknologiska utveckling och dess behov av stora mängder uniformer startade en storskalig konfektionsproduktion (NE 2012: konfektionsindustri). Konfektionen har betydelse för vem som kunde klä sig i vad. Hedtjärn Wester skriver om kostymen att den hade "en rakare och mindre kropps nära form, vilket möjliggjorde konfektionstillverkning" och vidare att gemene man inte kunde klä sig i "bonjouren, fracken eller jacketten som fortfarande helst skräddarsyddes eftersom de var plagg som [...] var mera kroppsformade med högre krav på god passform" (Hedtjärn Wester 2010:9, 10). Det finns alltså en stor sömnadsteknisk skillnad mellan de olika typerna av kläder.

Klädreklamen kommer här att undersökas med en annan inriktning än det tidigare behandlade reklamaterialet. Om frågorna till den andra typen av reklam behandlar manlighetsideal och normer, så finns det här andra intressanta aspekter: Vem tilltalas i reklamen och vad är det som ska säljas? Förekommer reklamen i en situation, och vad är det i så fall för situation? Hur framställs Mannen i detta sammanhang?

2.2.1. Collijns konfektion

Reklam från Collijns konfektion förekommer under två årgångar av "Vårt Hem": 1926 och 1930. Formatet är lika på alla annonser, men med olika bilder och med olika bildtexter. Företaget gör med 21 annonser i huvudsak reklam för sina kostymer. De resterande tre är reklam för ytterplagg i form av ulstrar och paletåer.

Genomgående i alla 21 kostymannonser är de olika modellerna Collijns Ettan, Collijns Tvåan, Collijns Trean och Collijns Extra. I klädbeskrivningarna som finns till varje bild kan vi läsa om Collijns förstklassiga kvaliteter, om de moderna snitten och hållbara tygerna, samt om det fina hantverket. Att dessa kvaliteter framhålls kan förklaras av den allmänna bilden av konfektionsplagg som sämre sittande än skraddarsydd.

Männen som framställs på bilderna är i de flesta fall tagna ur sina sammanhang. Det som finns på bilderna utöver kostymerna är de accessoarer som männen bär. Med tanke på att bilderna är tecknade är det svårt att tro att det skulle finnas något på bilderna som hamnat där av en slump. Det rör sig om cigarett/pipa/cigarr, hatt, promenadkäpp, samt handskar i de fallen där de förekommer, vilket är på 18 av bilderna. Den stärkta vita kragen och slips återfinns på samtliga bilder. Det finns alltså en rad attribut som hör Mannen och den ideala manligheten till. Den stärkta kragen är, som Hedtjärn Wester tydligt visar i sin studie, ”den yttersta symbolen för manlig respektabilitet” (Hedtjärn Wester 2010:76) (se bild 8 och 9).

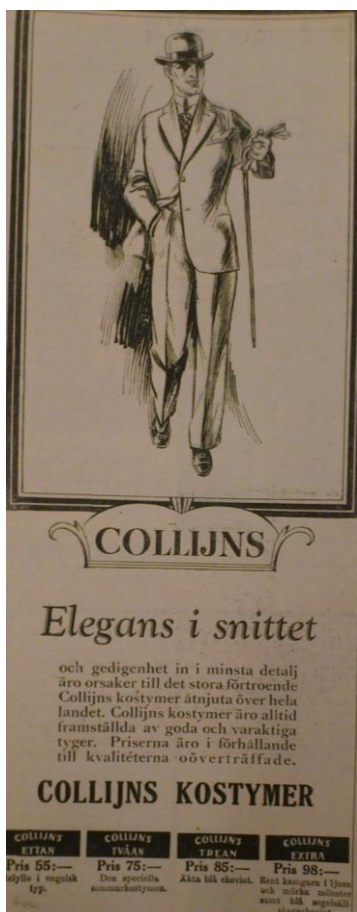


Bild 8. Kan man tänka sig att mannen på bilden är ute på en ledig promenad? Den styva hatten, promenadkäppen och handskarna är vanliga attribut i Collijns reklam.

(Vårt Hem 1926, nr. 25, s.4)



Bild 9. Detta är en av få bilder i Collijns-materialet där det finns en kontext. Lägg märke till det eleganta bordet och boken under mannens arm.

(Vårt Hem 1930, nr. 15, s. 42)

Båda männen på bilderna är exempel på hur den ideala mannen för sig – självsäkert, världsvant och distingerat. De är tagna ur lite olika situationer, av hatten att döma är mannen på bild 8 utomhus, måhända på en promenad i staden. Mannen på bild 9 befinner sig inomhus, med sin bok och pipa, redo att sätta sig och läsa någonstans.

Reklamen för Collijns ytterplagg följer samma mönster. De ”uppfylla alla anspråk ifråga om elegans, modernt snitt, omsorgsfull sömnad, gediget tygmateriale och individuell passform” (Vårt hem 1926, nr. 41, s. 4). En bild från Collijns avviker dock från det övriga materialet. Det är reklam för deras överrockar med rubriken ”Det första intrycket” (se bild 10). På bilden syns en man som står med ryggen emot betraktaren. Han röker pipa och har promenadkäpp. Det som skiljer honom från övriga bilder är att han har på sig en vegamössa, en typ av skärmössa som ursprungligen användes av sjömän och som populariserades åren efter sekelskiftet 1900 (NE 2012: vegamössa). På övriga bilder är det den moderna panamahatten eller plommonstopet som förekommer. Vad är det som skiljer denna man ifrån de andra? Han har i övrigt alla de attribut som placerar honom tillsammans med de andra bilderna. Dock kan man med tanke på hur han står inte se hur han är klädd under rocken, bortsett från byxorna som ser ut att vara i matchande material med rocken. Det är en annan



Bild 10. Vilket är det första intrycket man får av denna bild? Det är inte den finkammade mannen som finns gestaltad på det övriga materialet från Collijns. Första intrycket är en ryggtavla, en skärmössa och en pipa i mun.

(Vårt Hem 1926, nr. 40, s. 4)

representant för manligheten som finns i denna bild. Den grövre rocken och skärmmössan, väskan han bär på, pipan – sammantaget tolkar jag detta som en bild av en ganska alldaglig man. Jämför denna bild med de två andra reklambilderna på Collijns kostymer. På dessa bilder är elegansen påtaglig, bild 8 har därtill rubriken ”Elegans i snittet”. Genom att mannen på bild 10 skiljer sig från de övriga männen i materialet från Collijns blir också deras förfining tydligare.

2.2.2. Övrig konfektionsreklam

Den andra typen av konfektionsreklam som finns i ”Vårt Hem” är fyra annonser från Syfabriken, sex stycken från postorderfirman Åhlén & Holm A/B samt krag-, hatt-, slips- och skjortreklam. Från Syfabriken finns reklam för sportkläder, overaller och gosskostymer. Reklamen talar om att företaget ”är en firma för dem, som önska goda varor men på samma gång en firma för dem, som önska köpa dessa billigt” (Vårt Hem 1926, nr. 42, s. 4). Typen av kläder som här beskrivs och som finns tecknade är också sådana som kan anses ha varit nödvändiga i det dagliga livet, också för en arbetare. Overallen är ett arbetsplagg och gosskostymen i form av sjömanskostym var gängse för alla samhällsgrupper. Också Åhlén & Holms annonser avser varor som verkar vara för alla, med annonser för exempelvis skjortor och regnkappor. (Vårt Hem 1921, nr. 12, s. 30; Vårt hem 1921, nr. 6, s. 30) Visserligen finns det här också kläder som kan anses vara mer riktade till högre samhällsgrupper, t.ex. en annons för jackor åt ”Motormän”. (Vårt Hem 1921, nr. 23, s. 21)



Bild 11. Det är en specifik manlighet som här åkallas. Bilden av den unga studenten som blickar snett ut ur annonsen, tillsammans med den tillhörande texten, distanserar kraganvändaren till en rik medelklass.

(Vårt Hem 1930, nr. 43, s. 33)

De andra reklambilderna däremot vänder sig i huvudsak till en annan målgrupp. Här förekommer annonser för de senaste modevarorna: amerikanska skjortor och hattar, nya modeller på stjärkragar osv. (se bild 11). Här tilltalas inte de kraftiga arbetarna, men däremot de elegantare och mer förnäma ur exempelvis borgerskapet. Studenten som blickar ut ur reklambilden på bild 11 kan stå som exempel för denna målgrupp – att ta studentexamen var ett privilegium få förunnat. Texten bidrar också till denna uppfattning: ”Rekommenderas åt tjänstemän, kontorsfolk och alla, som önska uppträda i modern och vårdad halsklädsel.”

2.3. MANLIGHET OCH KLÄDER I REKLAM

Den övergripande bilden av Mannen från min undersökningsperiod är bunden inte bara i sitt beteende och sin roll som försörjare, men också på ett mer sublimt vis genom kläderna han har på sig. Den respektable mannen bär kostym, men än mer bär han upp sin kostym, det räcker inte att den sitter på honom. Att bära upp sin kostym är knutet till den kroppsliga disposition man har, för att tala med Bourdieu. De förutsättningar man har för att föra sig på ett visst vis är beroende av den historia man bär på. Detta ingår i det kulturella kapitalet som genom att tillerkännas legitimitet i samhället kan övergå i symboliskt kapital (Broady 1998:7). Det symboliska kapitalet har ett inneboende värde, och att inneha sådant kapital gör att man kan förvärva en högre samhällsposition. Att bära upp sin kostym är en av de förutsättningar som finns för att kostymen i sig ska ha legitimitet. Sålunda räcker det inte med att ha kostymen på sig. Detta förstärker det intryck man får av den sjuke mannen på bild 4, sjukligheten bekräftas av den skrynkliga kostymen. Den friska mannen (den åtråvärde) sköter sitt (kontors-)arbete och bidrar till samhällsnyttan, och han gör det i en välsittande kostym.

Oordningen finns alltså närvarande, som ett slags hot eller kontrast, i reklamaterialet, liksom det åtråvärda och ideala. Den ideala manligheten tycks finnas i två versioner: dels den absolut övervägande borgerliga mannen, som genom sin särskilda ställning i samhället utgör en (troligtvis) onåbar vision för huvuddelen av de som tog del av reklamen. Den andra ideala manligheten som representeras är i betydande minoritet, och det handlar då om den idoge arbetaren. Bilderna på honom ställs allt som oftast i relation till den ideala borgaren, vilket därigenom placerar honom i en underordnad position.

Vad betyder dessa idealiserade bilder för samtidens vardag? Vilken relation hade människor till alla dessa föreskrifter, och hur hanterade man dem? I nästa kapitel ska jag undersöka hur individer förhöll sig till sådana föreskrifter, och som genom uppteckningsmaterial har kunnat berätta sin egen historia om kläder, klädbruk och ideal.

3. FÖRESTÄLLNINGAR KRING MANLIGHET

I detta kapitel behandlas svaren från frågelistan LUF126 – Stadstraditioner. Meddelarna kommer till tals med sina egna erfarenheter kring klädbruk och kläder, varpå värderingar (generella och individuella) utläses. De frågor jag här vill ha svar på är hur man skapade en respektabel front genom kläder och vad som hände ifall man bröt mot klädnormer av olika typer. Hur tog normerna sig uttryck i olika sammanhang? Vilka rumsliga och situationsbundna aspekter av det kan spåras? Till sist vill jag ta reda på hur man moraliserade kring kläder. Vad ansågs opassande och vad innebar det att klä sig opassande? Vem var det som moraliserade över vem, och vad fick det för konsekvenser?

Uppteckningar av olika slag undersöks här utifrån vad de kan berätta om *klädbruk*, och hur man genom det förhöll sig till medier, normer och ideal. Det finns berättelser som hur olika individer förhöll sig till sina egna kläder och sitt eget klädbruk, men också berättelser om hur man förhöll sig till andras kläder. Med klädbruk menar jag inte bara kläderna man bar, utan den möjlighet man hade till förnyelse och utbytbarhet av sina kläder.

Materialet består av 60 individuella berättelser. De olika meddelarna skriver väldigt olika mycket om kläder. Somliga sammanfattar klädbruket i ett par meningar, medan andra skriver sida efter sida om detsamma. Frågorna som rör kläder är bara en liten del av den totala frågelistan, och olika personer har starka erfarenheter av olika fenomen under den beskrivna tiden. Somliga skriver ingående om de stora klassmotsättningarna som fanns och om fackföreningsrörelsen, andra skriver sig varma om den fina sammanhållningen i hemkvarteren under sina barndomsår. Ytterligare andra skriver mycket om fattigvården eller om bostadsförhållandena. Sammantaget utgör materialet en skildring av hur samhället och individerna levde under den tid som behandlas, alltså omkring år 1900 till 1930.

3.1. KLÄDERNA OCH KLÄDBRUKET

Hur klädde sig då människor under tidigt 1900-tal? För att förstå principer för åtskillnad är det viktigt att definiera detta, framför allt då många meddelare inte rent ut talar om skillnader i klädepersedlar mellan olika samhällsgrupper. Det finns flera typer av kläder, de mest väldefinierade kategorierna i materialet är vardagskläder/arbetskläder och helgkläder/finkläder. Det är viktigt att förstå att kläder under denna tid representerade ett kapital. Hedtjärn Wester skriver t.ex. om hur till och med kungligheter lappade och lagade

sina vardagskläder fram till 1930- och 1940-talen (Hed tjärn Wester 2010:67), och många arbetare lät belåna sina kläder på pantbanken under veckorna för att ha råd med mat (Hed tjärn Wester 2010:113f). Kläder var ingenting att ta lätt på. De var dyra att köpa eller få uppsydda, och de skulle slitas på tills det inte gick att lappa och laga längre.

3.1.1. Arbetarnas kläder

Kläder för arbetarklassen omfattade enligt de allra flesta meddelare huvudsakligen arbetskläder och en söndagskostym (se t.ex. M16456:13, M16464:6, M16468:7f, M16519:28f, M16612:94ff, M17631:7f). En meddelare berättar att man alltid hade ”bättre kläder på söndagen med blå kostym och jag minns att far hade stop och snörkängor. På vardagarna hade man blåställ och trätofflor året runt” (M16468:7f). En annan berättar att hennes far som var glasmästare ”var klädd vanligt, ’i skjortärmarna’, som han alltid sade. Så hade de alltid västar på den tiden. [...] Så gick de alltid i randiga eller rutiga skjortor, s.k. arbetsskjorta. Ytterkläderna bestod väl av en ulster eller en överrock, när de var klädda så kallat” (M16516:28).

Arbetskläder skiljde sig åt mellan olika yrkeskategorier. Hantverkare hade en viss typ av kläder, som ovan citat antyder ofta skjorta och väst, ibland hel kostym. Flera meddelare berättar om skillnaderna mellan kroppsarbetare och kontorsfolk. Kroppsarbetarnas kläder bestod som regel av blåställ medan kontorsfolk var finare klädda. Kontorsarbete var ett så kallat manschettyrke, och som sådant krävde det finare kläder (M17631:7f) Huvudsaken för andra arbetare var istället att kläderna skulle tåla mycket, en meddelare (hantverkare) berättar att ”[arbets]byxorna det kunde vara ett par gamla söndagsbyxor, som sedan användes till vardags i 10 år till. Men så fanns det något som hette mollskinn, som användes mycket till vardagsbyxor. Det var starkt och såg inte så dumt ut.” (M16612:94) Från blåkläder till slitna helgkläder till byxor med pressveck – skillnaderna inom arbetarklassen när det handlade om yrkeskläder var stora. Vad detta kunde komma att innebära för individerna behandlas senare i detta kapitel, under rubriken *Principer för åtskillnad och gemenskap*.

Så som jag förstår uppteckningarna gjordes det inte någon skillnad på arbetskläder och vardagskläder. Söndagen, vilodagen, var den dagen som man skulle ha finare på sig, och det var då man rörde sig ute i offentligheten på ett annat sätt än under arbetsdagarna. Det fanns inga riktlinjer för hur lång en arbetsdag fick vara före 1919, och många meddelare berättar om arbetsdagar som varade omkring 12 timmar, vilket sannolikt inte gav utrymme till mycket andra aktiviteter än arbete under vardagarna och lördagen. (NE 2012: arbetstidslagstiftning)

Av frågelistsvaren att döma var högtids- och finkläder en stor lyx för en stor del av befolkningen i städerna. Till finkläderna hörde för arbetare hel kostym, med byxor, väst och kavaj. Dessutom kom då den lösa kragen fram, ofta stärkt och hög. ”Karlär och pojkar över konfirmationsåldern hade kostym, svart till söndag, och förhäng, vitt vid högtidliga tillfällen, kulört annars. Vid högtidliga tillfällen hade karlarna även väst. Plommonstop hade man när man var fin” (M17474:11). Meddelaren här talar om ett så kallat förhäng, vilket också förekommer i andras berättelser. Ett förhäng var, av uppteckningarna att döma, synonymt med skjortbröst, och användes till kostymen, ofta stärkt och tillsammans med en löskrage. Löskragen kunde också varieras. Det fanns allt från liggande till stående, enkla och dubbla, låga och höga (M16519:29). Kostymen var ofta en cheviotkostym, vilken var vanlig bland både arbetare och borgare, av uppteckningarna att döma. Chevioten var en medeltjock yllekvalitet med rötter i Storbritannien, och allra oftast var den mörkt blå, och den var vanlig inom alla samhällsgrupper under 1900-talet (NE 2012: cheviot).

Men finkläder för arbetare var måhända inte finkläder för borgare. Flera meddelare ur arbetarklassen skriver specifikt om ett högtidsplagg som kallades för bonjour, och som togs fram vid extra högtidliga tillfällen, till exempel begravningar eller bröllop (M16460:5). Bonjouren populariserades under 1800-talet och var, liksom andra högtidsplagg som frack och jackett, skräddarsydd. Den gick inte att konfektionstillverka vid 1900-talets början på grund av sin kroppsnära passform (Hedtjärn Wester 2010:10). Därför var dessa högtidsplagg betydligt dyrare och också mer svårtillgängliga än kavajen, som man kunde konfektionstillverka. Bonjouren var dock ganska vanlig bland arbetare i uppteckningarna, eller åtminstone bland deras fäder. Bonjouren verkade inom arbetarklassen vara ett högtidsplagg som användes så länge det över huvud taget gick. En meddelare berättar om sin fars finkläder:

Far hade en gammal svart bon-jour som började gå i grönt. Den använde han vid begravningar om sådana inträffade nån gång. Annars var det mest vanligt med en blå cheviotkostym med krage och slips. (M16461:30)

Till högtidskläder hade man ofta plommonstop, men i övrigt var det inom arbetarklassen vanligare att ha skärmmössa, till exempel vegamössan. Plommonstopet benämndes också som kubb, och en meddelare reflekterar här nedan över skillnader mellan arbetare och arbetare. Hon talar om sin far, som var glasmästare:

Herrarna gick mycket i kubb. Det har far också haft mycket. Jag tror inte att arbetarna gick klädda i kubb precis. De hade mycket chokeymössor, som de sade, sådana där sportmössor eller keps, som de sade. [...] Det minns jag, att far hade i jobbet. Det hade arbetarna också. (M16516:32)

Även i detaljerna kunde man göra skillnad på var i samhällsgruppen människor befann sig. Att ha hatt eller skärmmössa på sig gjorde att man kunde identifiera sig med olika grupper.

3.1.2. Borgarnas kläder

Om man tänker på hur arbetarna klädde sig, med blåställ och kraglös skjorta till vardags, och med mörk kostym eller en gammal bonjour som högtidskläder, så ter sig borgarnas tillvaro annorlunda. Ordet borgare är enligt Nationalencyklopedin ett begrepp som under 1800-talet ”kom att reserveras för de allra mest förmögna stadsinvånarna, främst handelsmän och de som kunde leva av avkastning av sitt kapital” (NE 2012: borgare). Det är inte så många ur det burgnare samhällslagret som kommer till tals själva i uppteckningsmaterialet. De som gör det berättar dock en helt annan historia än arbetarklassen. Kostymen var vardagsklädsel och helgkläderna var inte mycket annorlunda. En meddelare berättar att ”Far hade mörk kostym, en finare till festliga tillfällen.” (M17472:10)

Kostymen var alltså det gängse plagget inom denna samhällsgrupp. Och många arbetare berättar om hur borgarna skiljde sig från övrig befolkning genom bättre snitt och kvalitet på sina kläder (t.ex. M17356:28f, M17357:33). Det är i de allra flesta fall i uppteckningarna de små skillnaderna som var de mest påtagliga när det kom till klädedräkten mellan arbetare och borgare.

Det fanns dock en väldigt påtaglig skillnad mellan arbetare och borgare när det kom till somliga plagg: fracken, jacketten och i vissa fall också bonjouren (M16612:97, M17610:12). Fracken och jacketten var, liksom bonjouren, skraddarsydd plagg, men i modernare snitt än bonjouren. Att borgare kunde bära dessa plagg till vardags uppmärksammar många meddelare ur arbetarklassen i sina uppteckningar. Dessa plagg blev tydliga klassmarkörer, och i uppteckningsmaterialet från arbetares håll kunde sådana plagg många gånger ses som provocerande. En meddelare som bodde i arbetarkvarteren berättar att ”[i]bland kunde man se sådana som var ekivokt klädda, men vågade dom sig ner hit [till arbetarkvarteren, egen anm.] gav vi dom prygel.” (M16464:6).

Ett annat plagg som var ytterst klassbundet var den hela skjortan, som endast den rika överklassen hade råd med (M16612:98). Inom arbetarklassen var det istället den lösa kragen som användes till en kraglös skjorta. Detta var inte verkligheten för många borgare. Det var

många gånger små nyansskillnader som gjorde skillnaden mellan rik och fattig. Som Hedtjärn Wester skriver var kostymen gängse för alla samhällsgrupper, men det man hade till var ofta väldigt klassbundet – exempelvis var skjortbröstet vanligt för de rikare också till vardags, liksom manschetter, hög hatt och promenadkäpp (M16519:30, M16620:6).

3.1.3. Lantbornas kläder

Den samhällsgrupp som skiljer sig mest åt från de övriga tycks i uppteckningarna vara lantborna. Det är inom denna samhällsgrupp, liksom med borgarna, väldigt få som kommer till tals själva i frågelistsvaren, och de som gör det är uteslutande de som flyttat in till städerna. Men av stadsbefolkningen finns det en tämligen enhällig röst om landsbygdens klädstil som gammalmodig och illasittande: ”Lantborna hade en särpräglad klädedräkt av grövre tyg, vadmal eller vad man kallade det. De hade aldrig någon press på sina kläder och tyger höll nog ej för sådan påverkan av pressjärnet. Det förstod man också att deras jobb lade hinder ivägen för alltför fina kläder.” (M16461:36) Att beskrivningarna av lantborna är så enahanda skulle man kunna tänka sig beror på att de inte rörde sig i städerna på samma sätt som stadsbefolkningen gjorde. Kontakten mellan stadsbor och lantbor lär inte ha varit av samma karaktär som mellan arbetare och borgare i städerna.

Att många ansåg att landsbygdens kläder var gammalmodig beror sannolikt på att modeväxlingarna inte fick samma genomslag på landsbygden där livsföringen var en helt annan än den som fördes i städerna (jfr diskussion om landsbygd kontra stad i Frykman/Löfgren 1979).

3.2. PRINCIPER FÖR ÅTSKILLNAD OCH GEMENSKAP

Ett genomgående tema i hur meddelarna skriver om kläderna de och deras familjer hade på sig var att de var vanliga eller att de inte utmärkte sig, varken mer eller mindre, oavsett om berättarna är arbetare, butiksbiträden eller borgare. Vanliga betraktelser var t.ex. ”Våra bekanta var liksom vi enkelt klädda, som de var på den tiden. [---] Borgarna och handelsmännen var klart lite finare, men jag tycker att det var samma kläder de hade. Det var ingen större skillnad.” (M16517:21), eller ”Personer i vår samhällsgrupp var ungefär klädda som vi. Jag kan inte säga, att det var något särskilt som utmärkte dem. Det var så, att de som var samma, de liksom följde varandra.” (M16516:33). Av dessa citat att döma tycks det inte ha funnits några större skillnader i *typen* av kläder man använde. Med tanke på de tidigare berättelserna om arbetares och borgares kläder är det sannolikt att meddelarna här talar om

helgkläderna – de lite finare kläderna man hade på sig när man rörde sig i det offentliga rummet i staden och i parkerna. Vardagarna var för gemene man mer slutna genom de långa arbetsdagarna och umgänge med människor i huvudsak från den egna samhällsgruppen. Helgen, däremot, var förbunden med kostymen. Hedtjärn Wester skriver också att kostymen var ett plagg för alla och inte fungerade på ett tvingande sätt för att förborgerliga arbetarklassen eller den gamla aristokratin, kostymen var ett allmänt modeplagg som uppkom omkring 1900 (Hedtjärn Wester 2010:10ff). Det fanns dock, som tidigare nämnt, kläder som gjorde skillnader direkt synliga, så som fracken och jacketten, och bonjouren som ett vardagsplagg. Dessa plagg var överklassen förunnade, vilket också materialet påtalar.

Den helt övervägande åsikten var dock att man kunde se skillnader, men att det i stora drag handlade om snitt och modernitet på kläderna. Det moderna har att göra med omväxlingsförmåga i kläderna, alltså *klädbruket*: i vilken omfattning man köpte nytt, sydde om gammalt, skänktes begagnade kläder, hur lång livslängden på kläder var osv. Häri tycks de största skillnaderna mellan olika samhällsgrupper ha funnits. Genom den möjlighet eller brist på möjlighet man hade att förnya sin garderob konstruerades en distinktion mellan bättre och sämre bemedlade i samhället, och nedan berättar en meddelare om hur han och hans samhällsgrupps kläder ställde sig i förhållande till borgarnas:

Männen och kvinnorna i vår samhällsgrupp var tämligen enahanda klädda. Kvaliteterna röjde dem vid jämförelse med andra samhällsgrupper. Klädedräkten var pover, det böricke [sic!] döljas. [---] Vegamössorna bland herrarna i nöden gjorde dem helt olika borgarna i sina fina mjuka hattar. Eller de ännu värre 'sportmössorna' som vi kallade sjokeymössor efter Jockey. De sågo många gånger anskrämliga och utslitna ut. Och så var det med kavajerna. Fickorna putade ut som om de voro fyllda med tung sand. Byxorna var ofta för kort och trasiga strumpor syntes ovanför kängskaften. (M16461:34-35)

Citatet ovan är hämtat ur en arbetares berättelse om hur det var att leva i Nya stan, också kallat Nöden, i Lund under 1900-talets första decennier. Majoriteten av befolkningen i Nöden är enligt meddelarnas utsago arbetare och hantverkare, och namnet växte fram ur de rådande sociala förhållandena som fanns där (se t.ex. M16461:17). En meddelare talar om hur man på kläderna kunde skönja de demografiska skillnaderna som fanns i staden:

Det kunde vara fattigdom lite överallt här i Lund, men det mesta var ju här nere. Det märktes på kläder och så när man kom upp i stan. Det var mindre folk då, och klädseln gjorde mycket. Vi hade jämt tofflor, längre upp i stan kunde de gå med skor - så man såg det bara på kläderna många gånger. (M16476:3)

Det fanns en klassbunden relation till skodon, precis som det fanns inför huvudbonader (se under redogörelsen för arbetares och borgares kläder). Ett nästan övertydligt exempel kommer från en meddelare ur arbetarklassens övre skikt:

Till vardags hade vi vanliga skor, för jag hade aldrig haft tofflor. Hade det, hade jag ju, för jag minns, jag fick i första klass, i förste små, och alla hade ju tofflor och jag hade inte tofflor. Jag grät mig till ett par tofflor till slut, så jag fick ett par tofflor. Alla, alla hade tofflor och jag skulle tvunget ha skor. Svarta tofflor var det ju då, nytjärade och fina var de när man köpte dem. Men jag fick ett par tofflor sedan långt om länge... (M16516:28f)

Här är förhållandet det motsatta, här ville meddelaren som barn ”klä ner sig” för att passa in i den grupp hon befann sig i. En annan meddelare berättar om det dubbla förhållandet till skodon, och skriver att när hans mor var uppe i centrum vid något tillfälle bytte hon från de vanliga tofflorna till läderskor. Alltid annars gick familjen i tofflor (M16612:84).

Samma attribut kunde vara rätt eller fel beroende på vilken situation och vilket sammanhang man befann sig i. Tillhörighetsaspekten var viktig, vare sig om man var arbetare som försökte passa in i en tjänstemannamiljö eller om man var dotter till en hantverkarmästare som ville passa in i sin skolklass med huvudsakligen arbetarbarn. Olika former av kapital tillerkändes värde i ett specifikt sammanhang. I klassrummet var tofflorna ett erkänt attribut (förkroppsligat, symboliskt kapital) – ett skodon som var det normala i arbetarklassen, medan de vanliga skorna inte hade något erkänt värde där. I ett annat sammanhang hade rollerna troligtvis varit ombytta, vilket påvisar det relationella i de olika kapitalformerna och vilket förklarar hur ett specifikt kapital kan värderas högt i ett sammanhang men ej i ett annat.

Här kan det också vara av vikt att belysa ett ytterligare exempel där detta tar sig uttryck. En meddelare som under sin uppväxt levde under ganska svåra förhållanden fick så kallade ”fattighustofflor” av fattigvården. Dessa tofflor hade ett speciellt utseende, och meddelaren berättar att ”[d]et syntes på dem att de var av sämre kvalité och man blev retad av kamraterna” (M16451:14). Precis som i exemplet med skolflickan som ville ha tofflor är denna situation också knuten till de attribut som hörde ”gruppen” till, och gruppen är i detta fall andra arbetarbarn. Att ha på sig fattighustofflor var på samma sätt som att ha på sig riktiga skor ett sätt att hamna utanför normen. Det värde (kapital) som vanliga trätofflor hade i denna grupp fanns inte att finna i vare sig sämre eller bättre skodon, utan endast i trätofflorna.

De klädesmässiga skillnaderna fanns inte bara mellan arbetare och borgare, som citaten ovan vittnar om. Också bland barn och inom arbetarklassen existerade de, liksom mellan stads- och landsbygdsbefolkning.

Från stadsbefolkningens perspektiv var landsbygdsbefolkningens kläder väldigt ålderdomliga. Som jag beskrivit tidigare gick de ofta klädda i vadmalsskläder och grova arbetskläder – vardag som helg. Utöver just detta påtalas också det sätt på vilket landsbygdsbefolkningen rörde och förde sig. En stadsbo beskriver detta:

Från landet inflyttade voro annorlunda klädda och fick gärna skällsordet: bonen. Men efter relativt kort tid i arbete i staden liknade ”bonen” alla andra, man såg ingen annan skillnad på annat än hållningen och gången som rätt länge följde den inflyttade. Dessa detaljer torde sammanhånga med det tyngre arbetet i jorden och stallen men föll bort efterhand. Sedan har bonen blivit en god stabo. (M16461:38)

Denna typ av åsikt delades av många stadsbor, och för den delen också av flera av de meddelare som flyttat från landsbygden och in till städerna. I citatet ovan påbörjar meddelaren själv analysarbetet. Den stora skillnaden som syntes mellan stadsbor och lantbor var ”hållningen och gången”. Om man ska tala i Bourdieus termer har det här att göra med de kroppsliga dispositioner man tillägnar sig under sin levnad (jfr Broady 1998:3). Man kan se det som ett slags handlingsmönster som ”grundlägges genom de vanor [man] införlivar i familjen och skolan” (Broady 1998:3), och även genom den typ av liv man för. En bondes eller lantbrukares kroppsliga disposition skiljer sig genom livsföringen från en stadsbos.

Dock kan man också i städerna tala om skillnader i ens kroppsliga dispositioner. En kroppsarbetare har till exempel en annan än en hantverkare. I ett kapitel om tegelbärare i Stockholm analyserar Hedtjärn Wester ett porträtt på tegelbärare och murare tillsammans. Hon diskuterar relationen mellan de fast anställda murarna med säker inkomst och de tillfällighetsarbetande tegelbärarna. I denna diskussion lyfter hon in etnologen Susanne Lundins avhandling om typografyrket (1992) och hur hon använder smutsbegreppet för att förstå yrkesstolthet hos sättare och tryckare. Sättare hade en roll som bevarare av ett konstnärligt uttryck och behövde därför upprätthålla ett respektabelt yttre, medan tryckarnas arbete var fullt av trycksvärta och olja, vilket gav en annan relation till smuts. Mellan sättare och tryckare fanns det olika förhållanden till det yttre, trots att båda yrkena fanns inom ”arbetarklassen” (Hedtjärn Wester 2010:104). I uppteckningsmaterialet finns det också stora skillnader i hur kläderna såg ut mellan olika arbetargrupper. En meddelare skriver att just murare klädde sig väldigt fint i förhållande till den stora mängden andra

kroppsarbetargrupper. ”De hade konventionella kostymer av mycket god kvalité och mönstrade på ett sätt som avvek från andras. [...] Det ansågs då att murarna tjänade okristligt höga löner, men det hela grundade sig nog på sådana yttre iakttagelser som smakfull klädsel.” (M16461:38) Att murarna hamnade i en sådan särställning i förhållande till andra arbetare förklarades alltså av kläderna. Av meddelarens svar att döma var murarnas lön inte avsevärt högre än andra arbetare, men som Hedtjärn Wester också skriver i sin avhandling hade murare en säkrare arbetsställning än många andra tillfällighets- eller säsongarbetare, vilket skapade en inkomst året runt.

Många andra meddelare ur arbetarklassen talar om de svåra förutsättningar som skapades av konjunktur- och säsongbundna arbetstillfällen. Flera meddelares föräldrar hade endast tidvis anställning under deras uppväxtår, vilket gjorde att många barn ur arbetarklassen tvingades jobba vid sidan av sina studier för att hjälpa till med hushållskassan. (t.ex. M16465:2f, M16480:2 och M17420:4, se också Frykman/Löfgren 1979:120) Bristen på pengar för att få hushållet att gå runt ekonomiskt tycks vid läsning av uppteckningarna ha varit påfallande hos arbetarbefolkningen, vare sig man var grovarbetare eller hantverkare. Den ekonomiska aspekten av kläder är omöjlig att inte behandla här. Det var familjens ekonomiska situation som skapade förutsättningar att klä sig ”rätt”, vare sig det var i förhållandet mellan arbetare och borgare, eller arbetare och arbetare. De ekonomiska förutsättningarna gjorde att människor kunde leva i olika standard inom en och samma stad – och då var kläderna långt ifrån det enda som upprättade en skiktning. Frykman och Löfgren skriver om den heterogena arbetarklassen i *Den kultiverade människan*:

Den skolade arbetskraften som ofta hade hantverkstraditioner stod ett bra steg över den oskolade grovarbetaren och tillfällighetsarbetaren. Denne såg i sin tur ned på trasproletariatet och pariasgrupper som tattare och lösdrivare. Skiljelinjerna kunde växla mellan olika miljöer, men den ekonomiska och sociala skiktningen gavs tydliga kulturella uttryck. Barnen lärde sig tidigt dess kulturgränser som kommunicerades i kamraternas klädsel, i föräldrarnas uppträdande, i kostvanor och heminredning. (1979:125)

Det fanns alltså inte någon enhetlig arbetarklass, vilket också skapar olika förutsättningar för hur man såg på andra grupper. Det är av förenklings skull jag här valt att skilja dem åt genom rubriksättning, det finns inom grupperna stora skillnader. Materialet talar huvudsakligen om interna skillnader inom arbetarleden, sannolikt på grund av de mycket mer talrika berättelserna från arbetarklassen. Att många av deras uppteckningar ger en tämligen enhanda bild av borgerskapet är i sig inte så märkvärdig. Det är svårare att utläsa nyanser när man

kommer ”utifrån”. Detta betyder dock inte att sådana skillnader inte fanns, enbart att de inte givits någon röst i materialet.

Det är nog snarast att tala om en skala på vilken människor befann sig. Den rikaste arbetaren var inte nödvändigtvis mycket fattigare än den fattigaste tjänstemannen, så åtskillnaden kan kanske finnas på andra plan på själva kläderna. Jag har här skrivit en del om klädbruk, vilket alltså innebär den mån av förnyelse man hade på sina kläder och om ens kläders ursprung. Detta känns som lite av en nyckel för att förstå hur man skiljde på folk och folk.

3.3. KONFEKTION, SKRÄDDARSYTT ELLER BEGAGNAT?

Hedtjärn Wester skriver om hur man förhöll sig till konfektions- kontra skräddarsydd kläder. Liksom iakttagelserna som gjordes angående den stora skillnaden mellan konfektionskläder och skräddarsydd kläder i kapitel 2, finns det i uppteckningsmaterialet många åsikter rörande konfektionsvaror. En meddelare berättar om sin barndom när han arbetade ute på landsbygden under somrarna ”hur bonapågarna beundrade mina konfektionskläder. De hade kläder i grå vadmal och förstod inte, att deras kläder måste ha varit av så mycket bättre kvalité än mina.” (M16445:38) Detta var ingen enstaka åsikt. Andra meddelare skriver att ”konfektionen var det inte mycket med. Det var mest dåligt tyg” (M16519:30) och att före 1920 ”var folk i regel mycket misstänksamma för den passade i regel inte riktigt i måtten” (M16612:99). Att plaggen inte riktigt passade tycks ha vägt tyngre i övervägandet mellan att köpa färdiga kläder och att köpa begagnat. Det verkar ha varit allmänt vedertaget att införskaffa begagnade kläder inom arbetarleden, dels från butiker, men också i form av ärvda kläder, att man fick kläder till skänks från olika välgörenhetsföreningar eller från herrskap och släktingar som förnyat sin garderob. (se t.ex. M16445:31, M16451:14, 16455:26f, M16461:30) Inte mycket skaffades nytt, och gjorde man det var det antingen modern som sydde till sig själv och barnen, eller när en hemsömmerska kom och sydde till familjen under en period. (se t.ex. M16456:13, M16478:5f)

Det tycks som att människors kläder inte syddes i hemmet eller av sömmerskor, utan beställdes av skräddare. Detta verkar dock ha skett ytterst sällan, en meddelare berättar: ”Mor sydde alla kläder själv utom fars bästa kostym. Den syddes hos skräddare. Allt tyg köptes förstås. Man fick inte nytt så ofta på den tiden. Finkläder för vuxna kunde det vara årtionden emellan.” (M16481:9). Andra meddelare säger i princip samma sak: ”Begagnade kläder

köptes aldrig. Jag vet däremot att av gammalt blev nytt. Vi slet på kläderna i 2 generationer kan man säga.” (M16461:31), eller:

Man får nog säga att var och en hade det så ställt, att det som de fick, det fick passa. Och det fick vara länge också. Det hände ju många gånger att de fick sytt en bra kostym, en cheviotkostym, och använde den rätt mycket, så när den blev försliten så gick man till skraddaren och fick vänt den, så att man använde andra sidan också. Men det gick ju inte att vända mer än en gång. Det är faktum, att det var regel. (M16519:29)

Det är många andra meddelare som instämmer i dessa påståenden. En meddelare skriver att hennes far under hennes barndom aldrig köpte nya kläder, utan använde samma kläder alltid, sedan långt innan hon föddes. (M17705:17)

Om man däremot undersöker hur de som hade det lite bättre ställt hade det, så syns stora skillnader fort. Man behövde inte komma så mycket längre upp på karriärstegen innan det syntes stora skillnader i ens möjligheter att förnya garderoben. Några informanter ur de övre delarna av arbetarklassen berättar att ifall de behövde nya kläder någon gång, så fick de det. (t.ex. M16516:28, M16517:19f) Om man kom ytterligare högre upp i klasserna, till det betydligt rikare borgerskapet, så blir berättelserna delvis andra:

Borgarnas kläder var som regel av bättre kvalitet och modernare snitt. Deras klädsel var också mera omväxlande. (M16480:11)

Far fick kläder genom affären. Mor hade sömmerskor som sydde åt henne och barnen. Kappor köptes dels i Malmö och dels i Köpenhamn. Mor sydde inte själv. Symaskin fanns, men den användes enbart av lannesömmerska som lagade. Sömmerskan var en kvinna som hette Kristina, som kom hem till familjen. Hon fick två kronor om dagen. (M17608:7)

Skillnaderna i förhållande till arbetarna kanske inte verkar så stora. Men just att kläderna var mer omväxlande och att borgerskapet hade möjlighet att inhandla kläder i Köpenhamn (uppteckningen är från Lund) och ha flera sömmerskor som kom till dem tyder på att klädesförnyelsen inom borgerskapet var helt annat än för stora delar av arbetarklassen.

Möjligheten att kunna förnya och att kunna följa tidens modeväxlingar var kanske det som mest påverkade hur man uppfattades av sin omgivning. Frågan om respektabilitet och bakgrunden till respektabilitet är kanske nycklar till förståelsen av hur man förhöll sig till kläder, hur normer skapades och i vilken mån de efterföljdes. Nästa kapitel handlar om just det.

4. RESPEKTABILITET GENOM KLÄDER

Män i kostym kunde ge ett enhetligt intryck men skillnaderna var ändå stora. En dyr skräddarsydd kostym satt t.ex. så mycket bättre än en billig konfektionstillverkad, alternativt begagnad kostym. I den meningen var ytan både enhetskapande och särskiljande. Man kan se det som en fråga om skärpa. (Hedtjärn Wester 2010:133)

Passformen spelade stor roll i den front som visades upp genom kläderna. Att inte ha en kostym med god passform var inte respektabelt, det tydde på att man inte hade råd att skaffa sig en ordentlig kostym. (jfr diskussion i Hedtjärn Wester 2010:133f) Detta gjorde också att valet mellan begagnat, nytt eller skräddarsytt blev en fråga om respektabilitet. Så som uppteckningsmaterialet som finns presenterat under rubriken *Konfektion, skräddarsytt eller begagnat?* berättar, var detta en klassfråga. Respektabiliteten låg i de kläder som var hela och rena, med god passform – dvs. de kläder som var skräddarsydda. Detta var den respektabilitet som föreskrevs av samhällets övre skikt, och som syns i både reklambilderna från kapitel två och uppteckningsmaterialet i kapitel tre. Beträffande reklambilderna är de återgivna männen korrekt klädda i välsittande kostymer och med ett gott mått av borgerliga attribut. Uppteckningarna påtalar de skilda världar som borgare och arbetare befann sig i. Arbetarnas bristande möjlighet att anskaffa kläder, än mindre nya eller skräddarsydda kläder, gjorde samtidigt att det respektabilitetsideal som borgerskapet omfattade inte var tillgängligt för den stora delen av befolkningen. Att förhålla sig till det var många gånger en ekonomisk fråga.

Borgerskapets klädideal, så som det föreskrevs i reklamaterialet och så som det efterlevdes av borgare i uppteckningsmaterialet, skapade också i sig själv en distans mellan människor. Det handlade inte bara om de ekonomiska möjligheterna man hade att skaffa sig moderna och välsittande kläder. *Kläderna själva* hindrade dessutom en stor del av arbetarna att kunna följa idealet. Frykman och Löfgren menar att kläderna som klassmarkörer var ytterst explicita:

Här betonades nämligen skillnaden mellan de som behövde arbeta med sin kropp för sitt uppehälle och dem som blott utnyttjade sin tankes kraft. Distansen till kroppsarbetet var klädedräktens egentliga grundtema. [...] Männens pressade byxor, stela fadermördare och vita skjortbröst kunde inte gärna förenas med hårt arbete. Elegans var liktydigt med frånvaro av dräktdetaljer som förde tankarna till arbete. (Frykman/Löfgren 1979:218)

Det är dock viktigt att poängtera att detta ideal inte var det enda som fanns. Arbetarnas uppteckningar beskriver respektabla arbetare som inte fyller de kriterier som borgerskapets

ideal innehöll. Idealen skilde sig åt i termer av både kläder och beteende. En respektabel arbetare var skötsam, han var flitig och söp inte (jfr diskussionen angående skötsamhetsprojektet som ett ideal i Franzén 1991). Ett ideal som också hörde arbetarna till var att hålla sig och sin familj hel och ren. (M16480:11f) Att ha möjlighet att förnya sin garderob var inte av största vikt, men det hela och det rena var något som eftersträvades också i arbetarklassen. Ytterligare en aspekt av arbetares respektabilitet låg i att kunna klara sig på egen hand, och att slippa be om hjälp. Skamkänslorna i att ta emot fattigvårdstoffer eller kläder från välgörenhet omtalas i flera uppteckningar (t.ex. M16451:14, M16455:26f, M17420:17, 39, M17631:18)

Välgörenhet var å andra sidan för många ur borgerskapet ett sätt att bidra till samhällsnyttan. En upptecknare berättar om hjälpporganisationer, att "[d]et var många av stadens finare damer som kom till krubban och hjälpte till på många sätt. Det var så vanligt på den tiden, hörde till på något sätt, alla var så hjälpsamma då" (M16469:4). Det fanns dock en dubbelhet i denna typ av hjälp. Stoltheten som många ur borgerskapet kände inför att hjälpa till var samtidigt en skam för de som tvingades ta emot hjälpen. För att studera sådana skamkänslor har jag valt att undersöka hur individer i uppteckningarna tillskrev kläder värde. Här framstår plaggets ursprung som särskilt betydelsefullt. I arbetarklassen var det inte konstigt att köpa begagnade kläder eller att ärva kläder av äldre syskon eller släktingar. Att däremot få kläder av någon utomstående sågs av många som skamligt. Värdet i att kunna förse sig själv med kläder för att täcka sina behov innebar en stolthet. Att inte kunna göra detta skapade istället för tacksamhetskänslor många gånger en känsla av otillräcklighet. Att kläderna många gånger kunde vara finare än de som användes till vardags spelade i sammanhanget inte så stor roll. En meddelare skriver hur en välgörenhetsförening som hette "Jultomtarna" varje år delade ut cheviotkostymer till pojkar och klänningar till flickor. (M17474:28) En cheviotkostym var, som tidigare nämnt, en fin kostym, och att arbetarpojkar hade en sådan var en ren lyx. Men skammen i att behöva be om hjälp var större än behovet av nya kläder (se t.ex. M17420:17, 39 och M17631:18).

Det är slående hur mycket av de skillnader som finns i klädedräkten är kopplat till den omfattning av arbetstid som fanns inom respektive samhällsgrupp. De personer som kom ifrån landsbygden och arbetade med jordbruk hade kläder som var uppenbart bundna till det yrke de utövade. Citatet här minner inte minst om det: "Lantborna var enklare klädda och hade inte den stilen. På landet klädde man sällan om sig ens på söndagen. De jobbade då också." (M16612:110) Likaså var arbetarnas arbetsvecka i de allra flesta fall sex dagar lång, med ledigt endast på söndagen, och det var då man hade sina fina kläder på sig. Tjänstemän,

kontorsfolk och butiksbiträden hade likaså klädedräkten knutna till sitt yrke. Butiksarbetare och kontorsfolk ansågs av många andra i arbetarklassen vara s.k. manschettproletariat, dvs. fattiga men tvungna att ha fina kläder ändå. (M16625:4) Dessa hade inte mer pengar att röra sig med än många andra arbetare. En meddelare skriver talande:

I vår stadsdel bodde ju kroppsarbetare till stor del. Vi ansåg oss ha det sämst ställt i samhället och skulle kämpa för vår rätt till bättre villkor. Vi kände oss dock inte underlägsna på något sätt. Hantverkarna levde väl under samma villkor som vi ungefär. Många av oss var ju hantverkare. En viss spänning kunde kanske finnas mellan olika hantverksgrupper, t.ex. mellan träarbetare och målare. De senare ville gärna hålla sig för lite mer än andra. Kontorsfolk ville väl också gärna räkna sig som fina. Det hade vi mest roligt åt. Vi visste att de som regel hade sämre betalt än vi. (M16481:29f)

Det finns om man ska tala med Bourdieu flera olika arenor på vilka människor agerar. I citatet ovan kan man utläsa åtminstone två olika arenor och de motsättningar som finns mellan dessa olika arenor, en skulle man kunna benämna ”kropparbetesarenan” och en annan ”kontorsarenan”. De olika arenorna har olika typer av legitimt kapital, kroppsarbetarna skrattar åt fåfängan på kontorsarenan, där kostymer, manschetter och stjärkragar var en del av vardagen. På kontor och i butiker var ett vackert yttre högre värderat än bland kroppsarbetarna. Det förkroppsligade kapitalet i form av kläder gavs sålunda legitimitet i en sfär där det yttre renderade respekt. Ett annat citat ur en meddelares berättelse bekräftar detta: ”Det fodrades av kontorsfolk, affärsbiträden för affärens renomè att di var enkelt men fint klädda.” (M16456:14) På kropparbetesarenan fanns andra värden legitimerade – det sociala kapitalet i form av en stark gemenskap som grupp arbetare. Man ställde sig gemensamt emot det samhälle man levde igenom att hävda sin rätt till bättre arbets- och levnadsförhållanden (se citatet ovan). Den styrka som fanns i arbetarnas uppfattning om att ha det sämst i samhället och behovet av att hävda sin rätt att förbättra sina villkor stärkte deras gemenskap i förhållande till andra samhällsgrupper. Detta talar inte minst citatet ovan om.

Det fanns dock en delning mellan olika arbetare i uppteckningsmaterialet. Den ena sidan såg inga direkta skillnader på kläderna mellan borgare och arbetare, borgarna var ”klart lite finare, men jag tycker att det var samma kläder de hade” (M16517:21). Den andra sidan ansåg att skillnaderna var milsvida och att man genast kunde göra åtskillnad på ”vem” någon var. (M16480:11f) Varifrån sådana skilda uppfattningar kom är emellertid svårt att spåra i materialet.

Kroppsarbetarna ansåg sig ha haft det sämst i samhället, vilket stärkt deras inbördes band, medan andra arbetargrupper hade det bättre, t.ex. hantverkarna, som också finns representerade i det längre citatet ovan (M16481:29f).

En annan meddelare utvecklar resonemanget om förhållandet till olika yrkesgrupper:

Kontorsfolk skulle alltid vara lite finare än vi andra. Det hände ju alltid att någon arbetare kunde få fram sin son till kontorist och han skillde [sic!] sig då rätt fort från de övriga. Det var första trappsteget liksom. Men däremot att bli 'knodd', det var sådana som kom in i en affär som biträde, det skojade vi lite med. Det var också ett litet fjät från arbetarklassen. Men kontorist var något finare. De som jobbade i affär hade inte mycket betalt men var tvungna att klä sig lite finare. Knodd var ett skällsord, men där var ändå lite avundsjuka i det, för de skulle avvika från de övriga. De var ju finklädde till vardags. (M16612:106f)

Det tycks ha funnits en viss aversion inom arbetarklassen när någon lyckades ta sig ur detta och klä sig "över" sin grupp. Det hänger i berättelserna samman med avancemang i yrket och med utbildningsnivå. Ett antal meddelare berättar om förhållandet till klassresenärer med en känsla av ambivalens:

Kommer ej ihåg, om något klädesplagg ansågs opassande, men man såg nog lite snett på dem ur samma samhällsgrupp, som var lite finare klädda. (M16447:34)

Föräldrarna ansåg att det var 'galenskap om de lät arbetarpojkar och -flickor läsa vidare. Ska de bli societetsfolk kanske?' Det var inte heller många från Nöden som tog studenten och de som gjorde det ansågs vara högfärdsgalna för den vita mössans skull, 'men de var bara avundsjuka förstås'. (M16460:19)

Tanken att studera vidare var på lån var nog främmande för de flesta. De ur arbetarklassen som avlade studentexamen och akademisk examen betraktades av många som högfärdiga (kanske avundsjuka). De intelligenta yrken som ansågs passande och bra för dem som tillhörde arbetarklassen var folkskollärare, kontorister och affärsbiträde. (M17972:4)

Till de rika räknades väl professorer och lärare på Spyken och Katte. Det var liksom societeten och så bankdirektörer och så. Men många gånger hade de inte mer än arbetarna, men de skulle ändå hålla en annan standard. Man höll dem för rika, som förde en annan standard än arbetaren. Det var många som inte hade råd att föra den standarden, men de var tvungna till det. Men här var många, som hade det bra. Det syntes nästan på dem, både på klädsel och allting när de hade råd att skaffa sig. (M16516:81)

Av citaten ovan syns det som mindre uttalat sägs av många meddelare – att det inte handlar om en enhälligt ogin inställning till dem som tagit sig ur sin situation. Så gott som alla

meddelare med arbetarbakgrund, med få undantag, talar om den goda sammanhållningen inom arbetarklassen, om hur det fanns en inneboende stolthet också i kroppsarbetet, om hur man tillsammans ställde upp för sina rättigheter och bättre förhållanden. Den tid som beskrivs är också i mångt och mycket densamma som när arbetarrörelsen blev en stor kraft för rättvisare arbetsvillkor och bättre materiella villkor för Sveriges arbetare (NE 2012: fackföreningsrörelsen). När man ställer samman dessa reflektioner ligger det nära till hands att tala om Bourdieus arenor, och hur de olika kapitalformerna legitimerades i olika sammanhang.

De som kom från arbetarklassen men hade lyckats ta sig upp ett par steg på karriärstegen blev stämplade utifrån kriterierna att de hade lämnat sin klasstillhörighet bakom sig, och att de ansåg sig själv som ”finare”. Beverley Skeggs för i sin bok *Att bli respektabel. Konstruktioner av klass och kön* (2000) diskussionen om att agera utanför den arenan man befinner sig i, vilket många ur ”manschettproletariatet” ansågs göra genom att befinna sig i kontorsarenan men inkomstmässigt komma ur arbetararenan. Skeggs skriver bland annat:

Att *inte* vara medelklass värdesätts förvisso av många grupper inom arbetarklassen. Faktum är att det ofta förekommer en noggrann övervakning av aspirationer, vilket framgår av fraser som ’han är för stor för sina skor’, ’hon är fin i kanten’ eller ’hon rättar inte in sig i ledet’. (Skeggs 2000:26)

Det som ger makt i arbetarleden är inte samma sak som det som ger makt i andra klasser.

Det finns moraliska värden invävda i kläder. Arbetskläder berättar något om bäraren, och den front som skapas genom kläderna skapar också förutsättningar för de relationer bäraren kan tänkas ha. Härigenom fungerade kläder också normerande. Citaten ovan om hur man som arbetare såg snett på andra arbetare som klädde sig ”över” sin klass talar inte minst om detta. Trots att det fanns en portion avund i många av dessa påståenden, fanns det trots allt en klasstillhörighet man ställde sig utanför genom att klä upp sig.

Terence S. Turner (2007) och Joanne Entwistle (2000) skriver om den sociala fronten som upprätthålls i det offentliga rummet, hur man skapar sitt yttre för att socialiseras in i samhället. I arbetarkvarteren är det arbetarkvaliteter som premieras: arbetsskjortan och blåståll blir då tydliga klassmarkörer som skapar en samhörighet. Det finns inbyggda värderingar i arbetarnas kläder – kampen om lika rättigheter, vetskapen om de gemensamma förutsättningarna osv. Man kan också tänka sig att det är genom dessa inbyggda värderingar i kläderna som skillnaden mellan arbetare och arbetare åskådliggörs. Kroppsarbetarna hade blåståll och randig skjorta, hantverkarna skjorta och väst, snickarna sina vita kläder osv. De

olika kläderna skapade en särskild gemenskap och värdegrund. Detta bekräftas också i Hedtjärn Westers studie om tegelbärarna: deras specifika arbetskläder enade dem mot andra, den skapade en gemensam värdegrund även mellan tegelbärare som inte kände varandra (Hedtjärn Wester 2010:130).

Söndagen var en annan historia, genom att inte ha finkläder då kunde man över huvud taget inte gå ut. Då var det andra normer som råde, då trädde man in på en annan arena – borgarnas. Här var det en annan offentlighet, den som låg bortom arbetarkvarteren och på borgarnas område. Om man ser till Lund, varifrån majoriteten av uppteckningarna är, var de demografiska skillnaderna i staden stora. Stan, eller centrum, var borgarnas område. Där både bodde och verkade de. Det rum som arbetarna vanligen rörde sig i var de egna kvarteren och vägen till och från arbetet, vilket slås fast av majoriteten av uppteckningarna (se t.ex. M16454:6ff och M16461:44f). I och med att arbetsdagarna pågick från morgon till kväll fanns det inte någon annan tid att röra sig ute. Söndagarna var fridagen, och då tog man en promenad i stan, där alltså borgarnas normer råde. Det var normer som gav de som omfattades av dem en frihet medan de utestängde andra. I en uppteckning berättas: ”[b]erättarens föräldrar hade inga högtidskläder under de första åren, de kunde överhuvudtaget inte gå ut på söndagarna.” (M16467:5). Att inte inneha de rätta attributen för den offentlighet de trädde in i gjorde själva inträdandet till en omöjlighet för att inte anses orespektabel.

5. AVSLUTNING

Med industrisamhället utvecklades nya sociala grupper, där bönder, arbetare och borgare var de mest betydelsefulla. Inom de olika grupperna utvecklades också en gemenskap som skilde dem från varandra. Detta tog sig många olika uttryck. Den dominerande och ekonomiskt starkaste klassen var borgarna, och det var utifrån dem som normen för ”rätt” sätt att leva utvecklades. Detta skedde genom det levnadsideal som reklamannonser förkunnade och de själva eftersträvade. En viktig profilering var för borgarna den som skiljde dem från arbetare och bönder, vilka ansågs smutsiga och odisciplinerade (Frykman/Löfgren 1979: t.ex. 119, 139, 217f). Det var dock inte så enkelt, vilket uppteckningarna från LUF126 belyser. Den ideala manligheten som representeras genom reklamaterialet är inte giltig hos majoriteten av upptecknarna. Här syns istället en ambivalens gentemot borgerskapets värderingar: avunden som kunde uppstå från arbetares håll mot de som lyckades ta sig ur sin fattiga position, men också den starka sammanhållning som fanns hos arbetare och den stolthet som låg i att vara kroppsarbetare. Det finns inte några entydiga svar på vari den ideala manligheten låg i uppteckningsmaterialet, men vad som är klart är att det inte handlar om den manlighet som gör sig gällande i reklamaterialet. En arbetares respektabilitet var inte densamma som en borgares, men det är borgarnas respektabilitet som ges utrymme i den normerande veckopressen. Beverley Skeggs skriver om medias funktion som normbildande:

Såsom ett institutionellt forum för symboliskt kapital kan media legitimera medelklassens symboliska makt, medan ett lokalt arbetarklassmotstånd saknar ett mäktigt forum där de egna anspråken på legitimitet – ’rätt att finnas till’ – kan föras ut. Media kan som institution utöva symboliskt våld mot arbetarklassen. (Skeggs 2000:26)

Detta citat påtalar förhållandet mellan ideal och praxis. Det sätt på vilka medierna agerar normerande skapar en resonansbotten för det som sker i verkligheten, så också under 1900-talets början. Som ett förhållandevis nytt medium, med rötter i 1800-talets borgerliga familjejournaler, hade dessa tidskrifter ett stort genomslag i Sverige (NE 2012: veckotidning). Veckotidningarna fungerade normerande genom att föreskriva beteenden och företeelser. En arbetare *borde* vilja sträva efter dessa borgerliga ideal.

Samtidigt producerade kläder och klädbruk åtskillnad. Genom att ständigt förnya, modernisera och skapa små förändringar, men ändå förändringar, i modet, (re)producerades skillnader mellan olika klasser.

Att studera det tidiga 1900-talets klädbruk har gett en förståelse för hur skillnader mellan människor och grupper av människor skapades, hur normer skapades och vilka synliga effekter de fick i Sverige. Det säger också något om dagens eskalerade modeväxlingar, om det ena årets "ute" och det andra årets "inne", och framför allt hur dessa växlingar kan äga rum. Denna analys har haft Mannen och manligheten som undersökningsområde, men mode och klädbruk är inte en uteslutande manlig företeelse. Så som jag skrev i inledningen är det kanske en mer uppenbar företeelse när det kommer till kvinnliga kläder, men tendenserna finns överallt, både i manligt och kvinnligt klädbruk.

6. KÄLLOR

6.1. ARKIV:

Folkklivsarkivet i Lund (LUF): Svar på Frågelista LUF126 – Stadstraditioner:

Manuskriptarkivet (M) nr. 16445, 16447, 16451, 16454-16456, 16460, 16461, 16464, 16465, 16467-16469, 16476, 16478, 16480, 16481, 16516, 16517, 16519, 16612, 16620, 16625, 17356, 17357, 17420, 17472, 17474, 17608, 17610, 17631, 17705, 17972

6.2. LITTERATUR:

Bourdieu, Pierre 1991: ”Klädmode och finkultur”. I: Bourdieu, Pierre: *Kultur och kritik*.

Anföranden av Pierre Bourdieu. Göteborg: Daidalos.

Broady, Donald 1998: *Kapitalbegreppet som utbildningssociologiskt verktyg*. 2., korr. utg.

Uppsala: Forskningsgruppen för utbildnings- och kultursociologi, ILU, Univ.

Collier, Malcolm 2001: ”Approaches to Analysis in Visual Anthropology”. I: van Leeuwen,

Theo & Jewitt, Carey (red.): *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage.

Ekenstam, Claes (red.) 1998: *Rädd att falla: studier i manlighet*. Stockholm: Gidlund.

Ekrem, Carola 2003: ”Frågelistsvaren som berättelser”. I: Nilsson, Bo G., Waldetoft, Dan &

Westergren, Christina (red.): *Frågelist och berättarglädje. Om frågelistor som forskningsmetod och folklig genre*. Stockholm: Nordiska museets förlag.

Entwistle, Joanne 2000: *The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory*.

Cambridge: Polity Press.

Franzén, Mats 1991: ”Egensinne och skötsamhet i svensk arbetarkultur. Kommentarer till

’Den skötsamme arbetaren’ av Ronny Ambjörnsson”. I: *Arkiv – för studier i*

arbetarrörelsens historia, nr. 48-49. Stockholm: Sällskapet för studier i arbetarrörelsens historia.

Frykman, Jonas & Löfgren, Orvar 1979: *Den kultiverade människan*. Lund: LiberFörlag.

Hedtjärn Wester, Anna 2010: *Män i kostym. Prinsar, konstnärer och tegelbärare vid*

sekelskiftet 1900. Stockholm: Nordiska museets förlag.

Jacobson, Maja 1998: *Gör kläderna mannen?: om maskulinitet och feminitet i unga mäns*

bruk av kläder, smycken och dofter. Stockholm: Carlsson.

- Klein, Barbro 2003: "Nm 223. Personlig hygien. Reflektioner kring frågelistor, meddelarsvar och vetenskap". I: Nilsson, Bo G., Waldetoft, Dan & Westergren, Christina (red.): *Frågelist och berättarglädje. Om frågelistor som forskningsmetod och folklig genre*. Stockholm: Nordiska museets förlag.
- Lennartsson, Rebecka 2010: "Etnologiska utfärder i 1700-talets Stockholm". I: *Kulturella perspektiv*. Tema: Kulturanalysens ställning och förnyelse, nr. 3, vol. 19.
- Lundin, Susanne 1992: *En liten skara äro vi-: en studie av typografer vid 1900-talets första decennier*. Stockholm: Carlssons.
- Mörck, Magnus 2000: "Recension: Maja Jacobson: Gör kläderna mannen?". I: *RIG – kulturhistorisk tidskrift*, vol. 83, nr. 1.
- Nilsson, Bo G. 2003: "Frågor, svar – och vad mer?". I: Nilsson, Bo G., Waldetoft, Dan & Westergren, Christina (red.): *Frågelist och berättarglädje. Om frågelistor som forskningsmetod och folklig genre*. Stockholm: Nordiska museets förlag.
- Nilsson, Bo G. & Garnert, Jan (red.) 2005: *Påklädd, uppklädd, avklädd: om kläder, kropp och identitet*. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.
- Nordisk familjebok. Konversationslexikon och realencyklopedi*, band 28, 2:a upplagan 1919. Westrin, Theodor (red.). Stockholm: Nordisk familjeboks förlag.
- Salomonsson, Anders 2003: "Folklivsarkivet och frågelistorna". I: Nilsson, Bo G., Waldetoft, Dan & Westergren, Christina (red.): *Frågelist och berättarglädje. Om frågelistor som forskningsmetod och folklig genre*. Stockholm: Nordiska museets förlag.
- Schroeder, Jonathan E. & Zwick, Detlev 2004: "Mirrors of Masculinity: Representation and Identity in Advertising Images. I: *Consumption, Markets and Culture*, vol. 7, nr. 1.
- Skeggs, Beverley 2000: *Att bli respektabel. Konstruktioner av klass och kön*. Göteborg: Daidalos.
- Turner, Terence S. 2007: "The social skin". I: Lock, Margaret & Farquhar (red.): *Beyond the Body Proper. Reading the Anthropology of Material Life*. Durham/London: Duke University Press.
- Vårt hem* 1921. Stockholm: Åhlén & Holm A/B.
- Vårt hem* 1926. Stockholm: Åhlén & Holm A/B.
- Vårt hem* 1930. Stockholm: Åhlén & Holm A/B.
- Wennhall, Johan 1994: *Från djäkne till swingpjatt: om de moderna ungdomskulturernas historia*. Diss. Uppsala: Univ.
- Wigerfelt, Berit 1996: *Ungdom i nya kläder. Dansbanefröjder och längtan efter det moderna i 1940-talets Sverige*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.

6.3. INTERNET:

NE 2012:

arbetstidslagstiftning. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/arbetstidslagstiftning>,

Nationalencyklopedin, hämtad 2012-05-17.

borgare. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/borgare>, Nationalencyklopedin, hämtad 2012-05-16.

cheviot. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/cheviot/144082>, Nationalencyklopedin, hämtad 2012-05-18.

fackföreningsrörelsen. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/fackföreningsrörelsen/166523>, Nationalencyklopedin, hämtad 2012-05-24.

konfektionsindustri. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/konfektionsindustri>, Nationalencyklopedin, hämtad 2012-05-15.

semester. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/semester>, Nationalencyklopedin, hämtad 2012-05-15.

veckotidning. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/veckotidning>, Nationalencyklopedin, hämtad 2012-05-18.

vegamössa. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/vegamössa>, Nationalencyklopedin, hämtad 2012-05-24.

Vårt Hem. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/vart-hem>, Nationalencyklopedin, hämtad 2012-04-24.