

Kandidatuppsats i Förlags- och bokmarknadskunskap

Alexandra Wahlström

Institutionen för kulturvetenskaper

FBMK11

Lunds universitet

Handledare: Ann Steiner

Examinator: Sara Kärrholm

2013-06-04

Bilden av boken

Den fysiska boken som inredningsdetalj och
livsstilsmarkör

Abstract

This essay focuses on the different functions of the physical book. It discusses the material and aesthetic aspects by examining how the book is portrayed in different kinds of lifestyle- and interior magazines. E-books and the expansion of digital technology have made the pessimists talk of the near end of printed books, but at the same time, books seem to have a secure place in our homes. They have become a symbol for education and cultural capital. This thesis aims to explore the strength of the printed book, the uses we have for it other than reading, and how it is going to survive in the ongoing digital era. By examining how the physical book is displayed in lifestyle- and home interior magazines, and applying the theories of Bourdieu and Material Culture Studies, this thesis concludes that the physical book has a very strong place in our homes as to various uses other than reading. Books are a cultural symbol that expresses the owners class and social status, while they at the same time are able to create a homey presence. They are not likely to be outconquered by the e-book any time soon.

Keywords: Material Culture Studies, Bourdieu, Kulturellt kapital, Böcker i hemmet, Inredningsmagasin, Bokhyllan

Innehållsförteckning

INLEDNING	4
<i>Syfte</i>	5
<i>Metod och avgränsning</i>	5
<i>Material</i>	6
<i>Tidigare forskning</i>	8
TEORI	8
<i>Material Culture Studies</i>	9
<i>Bourdieu's klassperspektiv</i>	10
BAKGRUND	13
BOKENS FUNKTION	15
<i>Tre tidskrifter</i>	17
<i>Bilden av boken</i>	20
BOKENS FRAMTID, AVSLUTANDE DISKUSSION	29
LITTERATURLISTA	32

Inledning

Närvaron av böcker finns överallt runt oss. Det pratas om dem på nyhetsmorgon, kommuner håller i litteraturfestivaler, kändisar ger ut kokböcker och biografier, inredningstidningarna dekorerar med böcker och det anordnas nationella bokbytardagar. Allt detta når våra hem och fyller våra bokhyllor. Överflödet av böcker har pågått sedan boktryckarkonsten uppfanns och produktionen fortsätter stiga i takt med den ökande digitaliseringen.¹ ”[D]atoriseringen har givit tryckkulturen en bredare spridning än någonsin tidigare” skriver Johan Svedjedal, professor i litteraturvetenskap, i *Den sista boken*.²

I kontrast till detta förs det ett samtal om hur den fysiska boken kommer dö ut allt eftersom den digitala får ett större fäste. Men när man talar om bokdöden syftar man ofta på att läsandet förändras, man inkluderar sällan allt annat man gör med de fysiska böckerna, som att sortera dem, bära runt på dem, pressa blommor eller bara använda dem för att pryda hemmet. Personligen värderar jag boken väldigt högt. Den är min favoritpresent att både få och ge bort, och jag omger mig mer än gärna av böcker i mitt hem. Hade jag gjort mig av med alla böcker så hade det inte känts som hemma längre, för att inte nämna vilket eko som hade uppstått.

Det är i formgivning, material och personlig värdering som den fysiska boken och e-boken skiljer sig åt och erbjuder konsumenten olika läsupplevelser och användningsområden, en aspekt som inte tas upp allt för ofta i samband med diskussionerna om den fysiska bokens död och kapitulation för de digitala medierna. Jag håller istället med Hans Hertel i hans uttalande om e-boken: ”[d]en ”elektroniska bok” som framtidsforskarna fantiserar om kommer aldrig att göra den bärbara boken överflödig.”³ Detta för att den fysiska boken erbjuder så mycket mer än text. Den här uppsatsen kommer därför att till största del fokusera på bokens form – inte innehållet.

1 Johan Svedjedal, ”Den sista boken”, *Tänkta Världar: Samlingsvolym: Gurun och grottmannen & Den sista boken*, Avesta 2004, s. 221 ff

2 Ibid.

3 Hans Hertel, ”Boken i mediasymbiosens tid”, *Litteratursociologi, Texter om litteratur och samhälle*, red. Lars Furuland och Johan Svedjedal, Lund 1997, s. 220

Syfte

Syftet är att undersöka några av de funktioner den fysiska boken har, med utgångspunkt från hur boken fungerar som inredningsobjekt och livsstilsmarkör. Detta kommer göras utifrån det material som har granskats, bestående av inredningstidningar, livsstilsmagasin samt IKEAs möbelkatalog. De visuella och fysiska aspekterna är något som skiljer pappersboken från de digitala böckerna allra mest. Tanken är att de böcker vi förvarar i våra hem möjligtvis kan blottlägga något om våra sociala relationer i förhållande till klass och ideal. Frågeställningarna som uppsatsen utgår ifrån är:

- Hur framställs böckerna och deras plats i våra hem?
- Kan man utifrån det insamlade materialet säga något om vilken funktion den fysiska boken fyller i våra liv?

Metod och avgränsning

Eftersom boken kan ha varierande ställning i olika sociala klasser har tidskrifter med olika målgrupper och innehåll använts för att få fram ett underlag som ger en inblick till hur den fysiska boken kan fungera som social markör och inredningsdetalj. Viktigt att anmärka är att det är framställningen av boken som undersöks via de olika tidskrifterna och att det finns en distinktion mellan ett riktigt hem och det konstruerade hemmen man finner i tidningarna. Fördelen med att använda tidskrifter är att inredningsbilderna ger en framställd bild av ett hem och på så vis finns det en tanke bakom varje objekt. Även om tidningarna och verkligheten skiljer sig åt kan jag på detta vis komma åt den medialt förmedlade visuella bilden av boken. Med det i minnet kan man undvika en av fallgroparna med Material Culture som teori där användaren kan hävda att ingen speciell mening var fäst vid uppvisandet av ett objekt. Det är ingen slump att böcker visas upp i inredningstidningar, utan de är där för att förmedla något om hemmets inneboende i form av klass, kön, intressen och smak. Nackdelen är att den bilden blir just en framställning. Vad den fysiska boken har för betydelse för den enskilde personen blir mindre påtagligt med inredningsmagasin som material.

För att materialet inte skulle bli överväldigande stort men ändå ge en inblick i hur böcker framställs består urvalet av tidningar från februari månad under de undersökta

åren - tio, fem, respektive tre år. Valet av antalet undersökta tidningar förklaras mer ingående under rubriken material. I dessa tidningar har jag aktivt letat efter bilder där böcker figurerar och analyserat deras plats i sammanhanget. Metoden är därmed till största del en kvalitativ analys och en visuell analys av dessa tidningar, där boken står som en symbolbärande enhet.

Undersökningen har fokuserats på bilder och de bildtexter där böcker nämns. Till hjälp i analysen har teorier från Material Culture Studies använts, vilka kommer förklaras mer ingående under teoridelen, och bygger på att olika objekt har möjlighet att avslöja något om ägaren i form av exempelvis klass och social status. Ett objektets symboliska värden kan bland annat avslöjas av den plats objektet befinner sig på och i enlighet med teorin har jag kontextualiserat i så stor mån som kunnats, genom att undersöka vilket sammanhang böckerna befinner sig i. I inledningstidningarna har jag även räknat antalet bilder där böcker förekommit, då de inte nämns i text på samma sätt som hos de andra tidskrifterna.

Valet av material har även gett mig en naturlig avgränsning. Att inte granska tidningarna så långt tillbaka i tiden bidrar till den nutida uppfattningen av boken. Det blir även enbart den fysiska boken som undersöks då e-böcker helt saknas i detta underlag (vilket å andra sidan kan tolkas som att läsplattor inte har fått en tydlig plats i hemmen än). För att avgränsa uppsatsen har jag även valt att stanna vid bokens yttre skepnad och gör ingen djupare analys av böckernas omslagsdesign eller inre formgivning, så som typografi som man annars skulle kunna skriva mycket om. Istället granskas boken i egenskap av symbolbärande objekt i tidskriftsbilden. Men då jag heller inte kunnat kliva in i bilderna och bläddra i böckerna så finns det alltid en möjlighet att böckerna på bilderna inte är riktiga tryckta böcker utan kanske tomma anteckningsblock eller dekorativa askar i form av böcker.⁴ På så vis har det uppstått en automatisk avgränsning där det som ser ut som en tryckt bok, räknas som en tryckt bok. Bilden av boken.

⁴ I exempelvis februari numret 2010 av tidskriften Femina gjordes det reklam för dekorativa askar i skepnad av klassiska böcker

Material

För att undersöka bilden av den materiella boken har olika livsstilsmagasin med snarlika målgrupper använts. Materialet till undersökningen består av tidskrifterna *Femina*, *Vi läser* och *Elle Interiör*. Dessa tre magasin har valts då de representerar olika stilar som alla är viktiga aspekter att ta hänsyn till vid undersökandet av böckers funktion, nämligen: livsstil, innehåll och yta. Med dessa tre kategorier avses de olika tidningarnas förhållningssätt till boken som objekt på olika sätt där de framhåller antingen bokens innehåll (litteraturen), bokens yta (det visuella intrycket, bokens form), eller boken som en del av läsarnas livsstil. Fokus har lagts på tidningarnas februarinumner, några år bakåt i tiden för att få en bredare överblick av hur de använder böcker i sin profil. Tidskrifterna *Femina* och *Elle Interiör* har granskats tio år bakåt i tiden mellan år 2003 och 2012, medan litteraturmagasinet *Vi Läser* har synats under fem år, mellan 2008 och 2012 då den utkom för första gången under hösten 2008, med det har ett undantag gjorts och även inkluderat första höstnumret. Tidningen gavs bara ut fyra gånger om året fram till 2011 och av dessa nummer har fokus legat på vårnummer som inkluderar februari månad. *Vi Läser* är en tidskrift som når ut till 53 000 läsare och marknadsförs som ett bokmagasin för alla som älskar böcker.⁵

Femina beskriver sig själv som en specialtidning vars målgrupp är välutbildade, aktiva kvinnor med hög inkomst.⁶ Tidningen når ut till 207 000 konsumenter och är därför en stor livsstilstidning som når ut till väldigt många läsare varje månad. *Feminas* målgrupp består även av de personer som köper och läser flest böcker, varför det är relevant att undersöka hur bilden av böcker förmedlas för målgruppen.

ELLE Interiör har valts just för att den är en inredningstidning och når ut till så många som 198 000 konsumenter.⁷ Magasinet står för ytan med fokus på bokens fysiska aspekter i förhållande till innehåll som *Vi Läser* inriktar sig på.

För att komplettera dessa tre magasin har jag även undersökt ett par andra tidskrifter och kataloger i form av: *Hus & Hem*, *Gods & Gårdar*, *Icakuriren* och IKEA-katalogen. Även här har fokuserat legat på de nummer som utkommit i februari, men har endast undersökt tidningarna som utkommit under de tre senaste åren, 2010-2012. Tre år ger en

5 TS-upplaga <http://www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc=005713>

6 TS-upplaga <http://www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc=003220>

7 TS-upplaga <http://www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc=003204>

god bild av hur man framställer boken i respektive tidning. Då IKEA nyligen har fått ett mer tekniskt fokus är det intressant att undersöka hur detta påverkar katalogen och hur de framför böcker. Jag har därför också tagit med årets katalog, 2013, i detta material.

Tidigare forskning

Det råder en allmän diskussion kring böckers förträfflighet och den fysiska bokens överlägsenhet över de konkurrerande e-böckerna. Hos mer eller mindre seriösa aktörer på bokmarknaden, som bland annat hos tidningen *Svensk bokhandel* eller på varierande förlagsbloggar, dyker det med jämna mellanrum upp reflekterande inlägg som behandlar bokens plats i hemmet och bokhyllan, och den fysiska bokens död. Däremot är det svårare att finna gedigen forskning om boken som inredningsdetalj och livsstilsmarkör.

Men det finns en del forskning som behandlar närliggande ämnen. Jeffrey Todd Knight har skrivit en kort avhandling om boken som möbel i *"Furnished" for Action: Renaissance Books as Furniture*. Ann Steiner, lektor i förlag- och bokmarknadskunskap vid Lunds Universitet, har skrivit artikeln *Läsning som livsstil* som behandlar läsningens som bildningssymbol. Den diskuterar bland annat efterkrigstidens bokserier som riktade sig till den breda allmänheten och dess intåg i svenska arbetarhem. Och om hur böcker har blivit en del av den rådande populärkulturen i västvärlden skriver Jim Collins i *Bring on the books for everybody: How Literary Culture Became Popular Culture*.

Forskning kring böckers utseende har bland annat Kristina Lundblad skrivit om i *Om betydelsen av böckers utseende*, där hon behandlar det svenska förlagsbandets framväxt och etablering. Ur marknadsföringssynpunkt har Claire Squires i *Marketing Literature: The Making of Contemporary Writing in Britain*, skrivit om marknadsföring av böcker på den engelska marknaden. I boken behandlar hon även böckers yttre aspekter med deras omslag och vad de har för betydelse i marknadsföringssyfte.

Teori

Hur vi uppfattar boken och dess olika funktioner avgörs mycket med vilken vinkel man väljer att utgå ifrån. Då denna uppsats till största del utgår ifrån bokens materiella och visuella perspektiv, har jag valt att applicera teorin om Material Culture som behandlar

just de materiella aspekterna och hur tingen påverkar oss på ett socialt och individuellt plan. Som komplement kommer även ett klassperspektiv anläggas i form av Bourdieus syn på klassamhället.

Material Culture Studies

Material Culture Studies, förkortat MCS, är en teoribildning som behandlar olika fysiska objekt i vår miljö. Det är en tvärvetenskap som plockar in andra vetenskaper som bland annat antropologi, psykologi, sociologi, design och lingvistik för att ge en bredare inblick av vad saker runt oss betyder för oss på såväl ett personligt plan som ett socialt.⁸ Denna uppsats kommer till största del använda den beskrivning av MCS som Ian Woodward skriver om i *Understanding Material Culture* där han presenterar olika vetenskaper till vilka man kan närma sig teorin. Woodward skriver att genom studerandet av kultur via skapade och använda objekt kan man få en bättre förståelse för sociala strukturer likväl som olika system, sociala skillnader och personliga handlingar, känslor och innebörder.⁹ Objekt och olika föremål kan ses som en avgörande länk för att avslöja sociala och ekonomiska strukturer och den individuella aktören. Vi är alla omringade av en stor mängd olika objekt som vi måste förhålla oss till på ett personligt plan och etablera egna betydelser för.

Material Cultures främsta avsikt är att studera förhållandet mellan människor och objekt, mer precist hur människor använder olika föremål och vad de föremålen gör för, och med, människor.¹⁰ Man utgår från att föremål kan betyda något och skapa social mening som sedan överförs till människor. För att definiera ett objekts innebörd behöver även objekten vävas in i sin sociala diskurs, så väl som dess sammanhang och omgivning. På så vis kan objektet signalera bland annat ägarens yrke, sociala status eller intressen. Objekt kan även bära på personliga och känslomässiga betydelser och markera värde, identitet samt kulturell och politisk makt, som inte bara påverkar omgivningen utan även användaren. Kläder och klädstilar är ett typiskt exempel som både kan influera hur andra ser på bäraren och kan påverka ens självbild och beteende.

Ur semiotisk vinkel i MCS är ett objekt ett tecken eller en symbol som hänvisar till

⁸ Ian Woodward, *Understanding material culture*, London 2007, s. 3f

⁹ Woodward, s. 4

¹⁰ Woodward, s. 14

något annat än sig själv som till exempel social status, klass, genus eller religion.¹¹ Det kan även visa på något personligt eller vara en identifikationsmarkör. Till exempel kan ett par skor agera som en symbol för användarens klasstillhörighet såväl som genus. Från lingvistik hämtar man bland annat kategorisering och uppdelning av till synes lika saker. För att använda oss av exemplet med skor igen så ser man inte bara skor som skor, utan vi människor skiljer mellan högklackade skor och träningskor. Samtidigt sänder de båda ut helt olika signaler beroende på sitt sammanhang och man ser helt annorlunda på användandet av träningskor på en person som tränar, som på en mer uppklädd social aktivitet, och dess mening förstås först i relation och motsats till de andra kategorierna. Precis som en deckare som genre döms först i förhållande till andra litterära genrer.

När Woodward skriver om att läsa av Material Culture och vad det har för effekter för oss, påpekar han även att det inte finns ett enhälligt ”rätt” sätt att göra det på.¹² Han tar upp tre fallgropar som också kan vara viktiga att hålla i åtanke under denna uppsatsen. Den första svårigheten med att applicera teorin är att det aldrig går att känna till en persons egentliga avsikt med att använda eller visa upp ett objekt. Somliga kanske inte lägger en större mening i sitt användande. På så vis kan man aldrig riktigt veta om en coffee table-bok har lagts på soffbordet med avsikten att imponera på besökare eller om den faktiskt bara råkar ligga just där just då. Den andra svårigheten med att analysera objekt är att man kanske inte har rätt kapital för att läsa av den sociala konventionen. Den tredje man måste tänka på är att användandet av ett objekt alltid måste kontextualiseras, sättas in i rätt tid och plats.¹³ Som exempel får cigaretter och rökning en helt annan innebörd och mening idag än under 60-talet.

Bourdieu's klassperspektiv

För en bredare överblick av de olika funktionerna en bok kan tillskrivas kommer denna uppsats även applicera ett klassperspektiv då en boks användningsområde skiljer sig från person till person, så även mellan de olika sociala klasserna. Jag har valt att använda Bourdieus teorier då han ofta utgår ifrån de materiella förutsättningarna, vilket

11 Woodward, s. 57

12 Woodward, s. 58f

13 Ibid.

passar bra med föregående teori. Bourdieus syn på klass är nära sammankopplat med de flesta av de begrepp som han använder sig av i sina teorier; fält, habitus och de olika formerna av kapital.

Donald Broady, professor i utbildnings- och kultursociologi vid Uppsala universitet, förklarar Bourdieus kapitalbegrepp som symboliska och materiella tillgångar.¹⁴ De delas in i ekonomiskt-, symboliskt- och socialt kapital. Ekonomiskt kapital är förutom pengar, allt som kan omsättas till pengar (som aktier och fastigheter) och socialt kapital är ens vänner, bekanta och sociala förbindelser av olika slag. Symboliskt kapital är allt det som erkänns aktning av de flesta i ett samhälle, detta kan vara olika titlar, kunskap, skönhet, med mera. En undergrupp till symboliskt kapital är det kulturella kapitalet där utbildningsnivån är den största indikatorn.¹⁵ Tanken är att de olika kapitalen kan omsättas till varandra, att ett kulturellt kapital kan leda till ett ekonomiskt och tvärt om. En bok kan till exempel höja sitt symboliska kapital om den tilldelas ett litterärt pris, som då står som en kvalitetsstämpel för dess innehåll, vilket i sin tur kan göra att boken säljer fler exemplar som ökar dess ekonomiska kapital. Allt detta sker i ett fält, som är det system där olika institutioner och personer strider om vad som är gemensamt för dem.¹⁶ Inom det litterära fältet strider man till exempel om auktoriteten att bestämma vad som är ”god” litteratur.

Habitus är förenklat beskrivet våra vanor, eller ett system av vanor som påverkar våra tankar och handlingar. Det är ett slags förkroppsligat kapital som påverkar bland annat vilket yrke man väljer och vilka tv-program man tittar på. Habitus är det begrepp som Bourdieu sammanlänkar mest med klass då ens samlade habitus är ens livsstil. Bourdieu ser samlade habitus som en persons sätt att uppfatta den sociala världen, som i sig är ett förkroppsligat resultat av samhällets uppdelning av sociala klasser.¹⁷ Han menar att man inom de olika klasserna handlar på liknande sätt då alla inom samma klass utsätts för samma handlingsschema som översätts från ett fält till ett annat.

Det är genom våra habitus som Bourdieu leder till olika klassindelningar och dess smak. Han menar att smaken är en uppsättning av de särskiljande preferenser som tar

14 Donald Broady, *Kapitalbegreppet som utbildningssociologiskt verktyg*, Uppsala 1998, s. 3, Texten finns tillgänglig på nätet: <http://www.skeptron.uu.se/broady/sec/ske-15.pdf> Hämtad 2013-05-02

15 Pierre Bourdieu, *Kultursociologiska texter*, Stockholm/Stehag, Fjärde upplagan, 1994, s. 20

16 Broady, s. 3

17 Bourdieu, 1994, s. 300

uttryck i olika expressiva intentioner, som möblering, språk och klädsel.¹⁸ På så vis har smak en symbolisk funktion där de objekt man samlar omkring sig omvandlas till särskiljande och särskilda tecken, ”det vill säga till symboliska uttryck för klasspositionen.”¹⁹

Bourdieu trycker på betydelsen av våra estetiska val och hur de signalerar smak.²⁰ Han inför idén, som även används i MCS, om att man döms efter sin smak och hur det i sin tur signalerar klass och social status. Vidare att det finns dominerande sociala grupper som har auktoriteten att avgöra parametrarna för vad som anses vara estetiskt tilltalande.

Bourdieu har även gjort undersökningar som visar på skillnader i smak mellan olika klasser. Han skriver att den folkliga smaken ses som ”barbarisk” ur den klassiskt borgerliga estetikens synvinkel då den inte skiljer form från innehåll eller funktion, och blandar ihop det estetiska med det moraliska.²¹ Med boken som exempel kan det indikera på att de mer folkliga klasserna endast ser boken som en bärare av de texter och bilder som den innehåller, inte som ett konstverk i sig. Här blir det då en fråga om den enskilde personens avsikt med böcker, där människor i de lägre klasserna troligtvis skaffar en bok med den mest uppenbara avsikten – att läsa den – medan det är mer troligt att någon i medelklassen eller den dominerande klassen (med Bourdieus term för den mer privilegierade klassen) även kan ha intentionen att införskaffa den enbart för att den är fin.

Att översätta Bourdieus teorier till det svenska samhället är inte helt oproblematiskt då det finns tydliga skillnader mellan det moderna svenska samhället och det franska, i synnerhet mellan vårt sätt att se på klass.²² Broady skriver att ett av problemen berör Sveriges litenhet. Ett annat faktum är att gränserna mellan de olika klasssamhällena inte är lika tydliga i Sverige som i Frankrike, vilket gör Bourdieus benämningar på klasserna: de folkliga klasserna, medelklass och den dominerande klassen, otydliga och delvis missriktade. Gällande uppsatsens material finns det inget av magasinerna som uttalat riktar sig till det Bourdieu benämner den folkliga klassen. Men i den mån det

18 Bourdieu, 1994, s. 303

19 Bourdieu, 1994, s. 304

20 Woodward, s. 6

21 Bourdieu, *Kultursociologiska texter*, 1994 s. 16

22 Broady, 1998, s. 22

behövs nämnas här kommer klasskiktet benämnas som arbetarklass, med medvetenhet om att det finns en problematik med den definitionen. De övriga klasserna kommer benämnas som medelklass och överklass.

Bakgrund

Böcker har blivit ett vardagsobjekt för oss i västvärlden. De är något vi mer eller mindre förväntar oss finna hemma hos vänner och bekanta oavsett deras boendeform. Att boken har fått en stor plats i våra hem är ingen slump utan har att göra med mängder av olika processer. Boken är bland annat en av de första varorna som standardiserades med hjälp av massproduktionens tekniker, vilket gjorde den relativt lättillgänglig för den stora marknaden i ett tidigt skede.²³ Den har även anpassat sig till en kommersiell marknad men likväl lyckats behålla sin kulturella status.

En bred redogörelse för bokens utveckling kan man läsa i *The Late Age of Print* av Ted Striphas, som i första kapitlet för en diskussion om hur boken har kommit att ses som en dagligvara och ett vardagsobjekt. Där sätter han tidigt fingret på en viktig aspekt när det gäller hur vi ser på boken.

The value of books would seem to lie first and foremost, in the capacity for moral, aesthetic, and intellectual development, and only secondary – if at all – in the marketplace.²⁴

Bokens styrka ligger därmed först och främst i dess förmåga att behålla sitt kulturella kapital trots att den massproduceras. Det är en av få varor som troligtvis ökat sitt kulturella kapital genom att produceras i större skala då det fria ordet därmed demokratiserats. Att det finns flera exemplar med identiskt innehåll har gjort boken till ett oundgängligt studieredskap. Författaren och redaktören Alberto Manguel skriver i *En historia om läsning* att de nya tryckta böckerna var billigare än handskrifter vilket gjorde det möjligt för fler att studera och gav möjligheten att skaffa ett nytt exemplar med samma innehåll ifall man blev av med sitt förra. Böcker blev därefter ”mindre

23 Ted Striphas, *The Late Age of Print : Everyday Book Culture from Consumerism to Control*, New York, 2009, s. 7f

24 Striphas, s. 6

symboler för rikedom än för intellektuell nobless.”²⁵

I USA arrangerades en stor kampanj under 1900-talets första decennier för att införa bokhyllan i hemmet.²⁶ Detta gjordes med agendan att få fler att konsumera böcker. I Sverige utlyste Bonniers 1949 en bokhylltävling för att främja införandet av böcker i hemmet.²⁷ Det vinnande bidraget blev ”BFB-hyllan”, designad av Nisse och Kajsa Strinning, som sedan kom att döpas om till ”Stringhyllan”. Bokhyllan blev en del av uppbyggandet av medelklassen och demokratiseringen av bildning. Den ger böckerna en egen permanent plats i hemmet. På ett grundläggande sätt har bokhyllan bidragit till det förfolkligande samlandet och uppvisandet av böcker i hemmet.

Samtidigt har bokens yttre utveckling, med införandet av bokryggen med plats för författarnamn och titel, samt omslagets framåtskridande, bidragit till att boken blivit så populär i hemmet. Man uppmanades tidigt att visa upp sina böcker, även om de var slitna och väl genomlästa. ”While the covers of the books may be ever so worn, if they are attractively housed, the effect will be pleasing.”²⁸ Citatet kommer från det amerikanska magasinet *American Home* som 1929 skrev en artikel som hur man bör husera böcker, då orden *böcker* och *hem* är länkade i folks sinne.

En bokhylla som är fylld med böcker är för många människor idag fortfarande sammanlänkad med bildning. Däremot kan man fråga sig om det inte i vår e-boks-ålder även har börjat återfå en viss ekonomisk status till bokhyllan då den inte längre är den essentiella samlaren av ens böcker. Idag kan böcker likväl sparas på en läsplatta där de inte behöver visas upp. Trots detta verkar bokhyllan återfå en viss popularitet. *The Wall Street Journal* skrev 2012 en artikel om den ökade trenden för att skaffa egna bibliotek i hemmen, som i sin tur har blivit något av en statussymbol.²⁹ Enligt artikeln i fråga drivs denna trend bara delvis av folks vilja att verka belästa och ha tillgång till kunskap i sitt hem, det är också ett driv att föra vidare böckernas kunskap till sin familj. I dagens samhälle har bokhyllan därför möjligheten att bli en samlingspunkt i hemmet. I vår digitala ålder blir böcker ett sätt att bevara kunskap och föra dem vidare till nästa

25 Alberto Manguel, *En historia om läsning*, Värnamo 1999, s. 136

26 Striphass, s. 26ff

27 Ann Steiner, ”Läsning som livsstil”, kommande i RJ:s årsbok 2013

28 Striphass, s. 27

29 Margaret Hedstrom, ”Digital Preservation: A Time Bomb for Digital Libraries”, Artikel kan läsas på hemsidan: <http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303901504577460770904124192.html?KEYWORDS=a+house+to+look+smart+in> Hämtad 2013-05-18

generation.

Den fysiska bokens mest uppenbara funktion kan sägas vara dess förmåga att agera som en behållare av sitt innehåll, att lagra text och bild. Även om man själv kan välja hur man vill använda sina böcker, om det så är för att pressa blommor eller som inredning i hemmet, är det trots allt bokens lagringsmöjligheter och spridandet av information som är dess primära syfte. Bokhistorikerna Adams och Barker skriver i *A New Model for the Study of the Book* att bokens mest essentiella funktion är att kommunicera.³⁰ Det är därför viktigt att även undersöka hur bevarande av information skiljer sig åt mellan boken som traditionell lagringsmodell och digital lagring.

Bokens funktion

När man ska skriva om bokens olika funktioner finns det väldigt många aspekter att ta in, som i sig kan utgöra, och har utgjort, hela uppsatser. Utformandet av böcker involverar många människor, distribution lika så. Den engagerar en hel marknad från författare till tryckare till läsare, och i hela produktionskedjan står boken inte bara för sitt innehåll utan även för deras försörjning och sysselsättning. Tänker man dock bort bokens första produktionsled och istället fokuserar på den färdiga boken och vad den betyder för användarna så finns det fortfarande flera aspekter att ta hänsyn till. Boken används på fler sätt än läsning även om detta är bokens mest tydliga användningsområde. Adams och Barker hävdar att bokens främsta funktion är att kommunicera.³¹ Men för att boken ska kunna kommunicera behöver den först distribueras och införskaffas, och precis som det finns många sätt för en bok att nå ut till sin köpare, finns det många anledningar till att man köper en bok. Adams och Barker skriver om lusten att äga en bok när de skriver:

Immediate reading is only one of the purposes for which people buy books. They may buy books to read later, an intention not always fulfilled, or for reference. But they may also buy a book because their position or function (or their view of that) demands it. Reasons for acquisition may be altruistic: so that the family, or

30 Thomas R Adams, Nicolas Barker, "A New Model for the Study of the Book", Publicerad i *A Potencie of Life: Books in Society. The Clark Lectures 1986-1987. The British Library Studies in the History of the Book*, London, 1993, s. 22

31 Adams och Barker, s. 22

community, whose needs and wishes may differ from the owners, may benefit from what he acquires. Books may be bought just as furniture, to garnish a room; that too is use expressing status. [...] There is more to the possession of books than mere utility.³²

De avslutar sedan argumentet om varför man införskaffar en bok med den intressanta aspekten att en boks överlevnad är nära sammankopplad med hur mycket den används. Vad som händer med boken efter att den är läst har ofta att göra med något helt annat än begäret till läsning.³³ Tittar man i folks bokhyllor kan man undra hur många böcker som står olästa, och i kontrast, varför man behåller de böcker som har blivit lästa. Det är troligt att man behåller en bok med avsikten att läsa den igen, men det måste även finnas andra förklaringar då detta rimligtvis bara kan gälla en bråkdel av de böcker som placerats i bokhyllan. Kanske behåller man böcker av rädslan av att inte ha den kvar om man någon gång kommer vilja återkomma till den. Men det är också lika rimligt att man behåller böcker man läst i sin bokhylla för att visa upp vem man är eller vill vara, eller för att visa upp sitt intellekt för vänner och bekanta.

I ett blogginlägg på *Svensk Bokhandels* hemsida skriver Lars Schmidt att "[u]tan bokhyllor tappar vi våra möjligheter att berätta vilka vi är."³⁴ Detta backas upp av journalisten Heidi Mitchell som i en videointervju på tidningens *Wall Street Journals* hemsida hävdar att bokhyllan är hemmets facebookside där man visar upp vem man är och vad man står för.³⁵ I och med att folk anser bokhyllan vara en plats i hemmet där man visar upp sin personlighet, finns det en möjlighet att man i framtiden kommer bli mer selektiv med vad som ställs i bokhyllan. Litteratur som man inte vill visa upp av en eller annan anledning kan därför komma att "gömmas" i läsplattan.

Det är intressant att Adams och Barker beskriva bokens främsta funktion genom sin kommunikativa förmåga då detta inkluderar många olika perspektiv. Det är även just vad boken kommunicerar som man försöker tolka genom MCS. Men medan Adams och

32 Adams och Barker, s. 26

33 Adams och Barker, s. 26

34 Lars Schmidt, *Bokhyllan snart död*, 2009-09-27 [www.svb.se/blog/bokhyllan-snart-död](http://www.svb.se/blog/bokhyllan-snart-dod) Hämtad 2013-05-19

35 Heidi Mitchel, "A House to Look Smart in: Old-School Reading Rooms Stage Grand Return; No Books? Firms will Pick, Style", *The Wall Street Journal*, 2012-06-27, Hämtat 2013-05-18 från <http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303901504577460770904124192.html?KEYWORDS=a+house+to+look+smart+in>

Barker syftar till innehållet och att bokens syfte kan variera mellan att exempelvis instruera, underhålla eller övertyga,³⁶ tar MCS även in de yttre aspekterna och anser att böcker även kan kommunicera ägarens klass, yrke eller kön. På så vis blir en resebok inte bara en guide under resans gång, när den står i hemmets bokhylla kan den även avslöja om ägaren reser mycket eller om hen önskar sig vara mer berest.

Böcker kommunicerar till oss även utanför sitt innehåll och som Adams och Barker poängterar så kan syftet med att införskaffa böcker variera. Boken kan inhandlas med avsikten att användas som inredningsdetalj och skapa den där hemmakänslan som folk tycker om.³⁷ De kan därför också vara ett, medvetet eller omedvetet, objekt för att bringa status eller kulturellt kapital till innehavaren. Hur böcker används i våra hem och vad det symboliserar för betraktaren är vad som avses undersökas här med tidskrifterna som underlag.

Tre tidskrifter

Böcker är ett återkommande inslag i livsstilsmagasin. Hur man väljer att använda böcker varierar dock i stor grad mellan de olika tidskrifterna. I *Femina* hittar man en stor blandning av böcker i form av tips för läsarna, spridda i större delen av tidningen. Här finns olika sorters kokböcker under kategorin mat, böcker som tar upp ämnen om skönhet och hälsa under en liknande kategori, reseböcker efter resereportage och ganska många skönlitterära böcker av varierande slag. Man blandar in böckerna på många ställen i magasinet och avslutar ofta ett temareportage med ett boktips, vilket lätt kan missas då tipset inte får så stort visuellt utrymme. Det finns en stor bredd i litteraturen såväl i form av facklitteratur och skönlitteratur, som till ”högt” och ”lågt”. I februari 2011 är månadens bok *Sonetter* av William Shakespeare och i ett ytterligare nummer tipsar man om boken *Parträna med Paolo Roberto*.

Feminas blandande boktips kan vara en indikator på att man inte vill döma ut olika böcker på förhand utan fungerar som ett godkännande av all sorts litteratur. Det kan även ses som att det fortfarande ger kulturell status att hänvisa till den klassiska litteraturen. Frågan är om Shakespeare faktiskt är det bästa tipset för tidskriftens läsare

36 Adams och Barker, s. 23

37 ”Just den här hemmakänslan har blivit jätteviktig i våra liv.” skrev Ann Ringstrand när hon syftade till bland annat inredning med böcker i reportaget ”Klassiskt modernt”, *Elle Interiör*, februari 2007, s.79

eller om det bara är ett sätt att visa tidningens stil. För faktumet är att Shakespeare nog anses vara ”fin” litteratur av många och genom att tipsa om hans böcker, och inte heller de mest kända av verken, försöker man troligtvis visa att man står för en kulturell kvalitet. Tidningens målgrupp består av välutbildade kvinnor som inte bara vill läsa om skönhet, fast mode är ett av deras intressen, utan även få ett visst kulturellt utbyte av sin läsning. Och samtidigt som *Sonetter* höjer tidningens status så skickar den även ut signaler till läsarna om att det är okej att läsa en träningsbok av Paolo Roberto.

I relation till *Feminas* bokinslag kan man vända sig till *Icakuriren*. Här är det framförallt målgruppen som utgör en stor skillnad för innehållet, då tidningarna annars tar upp liknande ämnen som exempelvis mat, hälsa och intervjuer med författare. *Icakuriren* beskriver sig som en konsumentupplysande familjetidning för hushåll i Sverige³⁸, och riktar sig därmed till en bredare klassgrupp, bestående av arbetar- och medelklass, än *Femina* som riktar sig till aktiva kvinnor med hög inkomst. Detta tar sig bland annat uttryck i närvaron av böcker som inte är lika stor i *Icakuriren*. Böcker får inte lika stor visuell plats när de syns med omslag och då *kuriren* inte innehåller lika många interiörbilder som *Femina*, får böcker ingen annan naturlig plats i tidningen. Oftast syns bokomslag i samband med priser till korsordet eller andra tävlingar och det recenseras bara en bok per tidning i motsats till *Femina* som recenserar omkring sex böcker per tidning med tillägg för tips, spridda i övriga delar. Här får man dock ta hänseende till att *Icakuriren* är en veckotidning medan *Femina* är en månadstidning, vilket jämnar ut frekvensen av böcker per månad. En bok i veckan i komplement till tidningsläsning gör trots allt en ganska aktiv läsekrets.

Undersöker man litteraturtidningen *Vi Läser* får man en helt annan bild av boken än den man finner i *Femina*. Här är det inte så mycket boken som står i centrum utan litteraturen och dess författare. Bokomslag och böcker i sin fysiska gestaltning får inte det stora utrymmet i tidningen utan istället förs det ett samtal om litteratur och framförallt författare. Man kan hitta likheter med *Femina* i form av reportage som berättar om hur boken har fungerat som en räddning, helande för den mentala hälsan. *Vi Läser* är annars fokuserad på skönlitteratur, där få av böckerna som nämns är facklitterära.

38 Informationen hittas hos ts-upplaga, www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc_003310 Hämtat 2013-05-24

2011 införde *Vi Läser* en lista av boktips i slutet av tidningen vilket fungerar som en sammanställning av de böcker som nämnts i numret. Sidan är markerad med saxmärken för att mana läsaren att klippa ut listan och ta med sig den, eller sätta upp den på kylskåpet, så att man inte glömmer att läsa de böckerna man fann intressanta i tidningen. Men inte heller på denna tipslista får man någon visuellt intryck av böckerna i form av, exempelvis, bokomslag utan listan är helt textbaserad. Ett tecken på att tidskriften fokuserar på läsning i hög grad kan vara att det här fanns två artiklar om e-böcker. Förutom *Elle Interiör* med en artikel om läsplattan, så är detta det enda spåret av e-böcker som setts till. Större delen av *Vi Läser* bidrar kanske inte så mycket till diskussionen om den fysiska bokens användningsområden som till dess innehåll och producenterna bakom. Tidningen har emellertid även en mer materialistisk sida som tillägnas åt bokrelaterade inredningstips, som bokhyllor och läslampor, i likhet med *Femina* och som även kan hittas i inredningsmagasinen.

Vad som är mest utmärkande i materialet är att bokens funktion i *Elle Interiör*, och även de andra inredningstidningarna *Hus & Hem*, *Gods & Gårdar* och IKEA-katalogen, nästan enbart består av utfyllnad. Här är böckerna anonyma. Böckerna är sällan i fokus nog att man kan utläsa titlarna och de tillfällen som man tydligt kan se böckernas titlar på är oftast boktips åtföljda av det obligatoriska bokomslaget vid sidan av texten. Letar man efter böcker i övriga delen av tidningen kan man hitta dem på nästan varenda uppslag där de ligger i några dekorativa högar här och var men nästan aldrig nämns i text. Det ligger fina coffee table-böcker på nästan varje soffbord, en hög böcker på alla sängbord och de flesta kök har en mindre hylla med kokböcker. Här skiljer sig inredningstidningarna åt då man inte hittar några böcker i köken hos *Gods & Gårdar*.

Det finns inte lika många boktips i inredningstidningarna som hos livsstilsmagasinet *Femina*, men de som hittas här är även de i coffee table-genren med mycket fokus på snygga kokböcker. Boktipsen rubriceras och blurbas även i *Elle Interiör* med texter som ”Snyggt på soffbordet”, ”Lättläst på nattduksbordet”, ”Bra i bokhyllan” och ”Ett måste i kökshyllan”. Värt att notera är att alla rubriker vägleder till vilket rum och vilken möbel man ska pryda med nämnda bok. Det är heller inte tal om att man ska läsa innehållet av böckerna, istället är det ytan, form och material som ska premieras. Enligt *Elle Interiör* verkar det som att böcker ska tittas på, inredas med, de ska definiera ditt hem istället för

att läsas. Inredningstidningarna ger oss en tydlig bild av sättet man kan, eller bör, inreda med böcker. För övrigt är boken som marknadsförs med "lättläst på nattduksbordet" det enda skönlitterära boktipset som påträffats i tidningen.

Det som idag faller in under genren coffee table-böcker kan härledas till de presentböcker som utvecklades i USA. Presentboken var en av de första stora kommersiella satsningarna på bokmarknaden under 1800-talets andra hälft.³⁹ Böckerna var antologier som bestod av poesi, prosa, illustrationer och möjligheten till att specialtillverka ett exlibris som gjorde gåvan mer personlig för mottagaren. Att presentboken blev väldigt populär kan, utöver möjligheten till att göra presenten personlig, ha att göra med det kulturella kapital som boken anses ha. Striphass skriver att böcker sågs som en produktiv investering, i jämförande med en symaskin, även om den blivit massproducerad.⁴⁰ Helt enkelt en moraliskt bra present. Boken anses i våra dagar fortfarande vara en bra gåva för många tillfällen. I *Femina* tipsar man exempelvis om en fotobok under rubriken "I stället för en blomma".⁴¹

I alla magasin som undersökts lyser pocketboken med sin frånvaro. Det finns inga spår av att pocketböcker läses i vår nutid, vilket med största sannolikhet målar upp en felaktig bild. Litteraturen det skrivs om i *Vi Läser* kan troligtvis hittas i pocketformat, likaså de tips och recensioner från *Femina* och *Icakuriren*. Bokomslagen som ofta förekommer i samband med boktipset avslöjar inte vilket format och bindning de är. Men i inredningsmagasinen, där böckerna syns istället för litteraturen däri, är det böcker av större format som pryder hemmen. Pocketboken verkar i detta avseende inte vara en lika lämplig inredningsdetalj som inbundna böcker, något som visar på att det råder en viss dissonans mellan böckernas form och litteraturens kulturella status. All litteratur anses därmed inte återge samma symboliska värde, utan det beror på vilken form de representeras i.

Bilden av boken

Utgår man ifrån livsstils- och inredningstidningarna får man intrycket av att människor värdesätter böcker. Att många personer söker information från dem oavsett om det man

39 Striphass, s. 7

40 Striphass, s. 8

41 *Femina*, Februari, 2009

letar efter är något praktiskt som exempelvis ett resetips eller om man bara är ute efter en stunds lugn och ro med en bra roman. Inte en enda av de tidskrifter som undersökts har utelämnat boktipsen (med undantag från IKEA-katalogen av uppenbara skäl). Även inredningsmagasin har boktips fast de inte är ett givet forum för att föra ett samtal om böcker. Det verkar likväl som om allmänheten förväntar sig boktips i de flesta månads- och veckotidningar då läsning och böcker är en stor del av människors liv och livsstil. Gillar man inte att läsa böcker så verkar man ändå uppskatta att läsa om dem och omge sig med dem.

Enligt IKEA bör ett hem vara fyllt med böcker. Katalogen har flest böcker av de tryck som undersökts och man hittar böcker på nästan alla inredningsbilder. I katalogen från 2013 är det heller inte ovanligt att man hittar små högar med böcker eller enstaka uppslagna böcker på de sidorna där produkterna visas för sig. Mellan IKEA och *Elle Interiör* som kopplar ihop sina boktips med var i hemmet de ska placeras, blir det tydligt att böcker har en obestridd plats i hemmet. Antropologen och etnologen Claude Lévi-Strauss har infört idén om plats till Material Culture Studies.⁴² Enligt hans logik har objekt en symbolisk möjlighet för att de har en plats. Och då de har en bestämd plats så har de med det argumentet också en *non-place*, en plats där de inte hör hemma, där de inte befinner sig i rätt kontext. Han exemplifierar med säkerhetsnålar, som fick en ny symbolisk innebörd när de togs ur sin normala kontext och började användas i punktkulturen för att pryda kroppen och kläderna.⁴³ Böcker har sin tydliga, uttänkta plats i bokhyllan, men även i andra delar av hemmet som i sovrummet (på nattduksbordet) och i vardagsrummet (på soffbordet). De har även naturliga kontexter utanför hemmet, som i väskan, på en picknickfilt i parken eller i ett klassrum. Frågan är om böcker har en *non-place*?

Kanske är boken som medium det objekt som passar in i de flesta kontexter? Med boken som medium menas den identitetslösa boken, boken som den symbol och objekt den blir när man inte kan avgöra dess särart i tidningarnas interiörer. Om man däremot kan kategorisera in boken i en genre börjar vi människor istället starta andra processer om böckernas *non-place*. Boken i sig platsar mer troligt in i de flesta kontexter, men en stor konstbok har hamnat på fel ställe om man hittar den i en väns badrum, där man

42 Woodward, s. 64ff

43 Woodward, s. 66

snarare förväntar sig litteratur av lägre status som en rolig citatbok eller en tidning. Det är kanske inte heller helt rätt tillfälle att plocka upp en harlequin-bok om man är på ett feministmöte. Läsplattan som gör sitt innehåll mer anonymt är däremot kanske fortfarande för ny för att ha skapat sig en tydlig plats och kontext än.

Läser man inredningstidningar får man annars ett intryck av att boken platsar nästan överallt i hemmet. I små högar på omkring tre till sex böcker kan man finna dem på de flesta ställen i hemmet, inte ovanligt på golvet nedanför en fåtölj eller ovanpå en byrå. Den enda omdiskuterade platsen i hemmet där boken inte hör hemma verkar vara badrummet. Badrumslektyr verkar inte förfoga över ett stort kulturellt kapital då man inte påträffar några böcker i detta rum i något av livsstils- eller inredningsmagasinen. Däremot hittar man böcker på badrumsbilder i IKEA-katalogen. Fuktiga utrymmen som badrum är inte en självklar plats för böcker, men att folk läser inne på toaletten ger troligtvis en mer verklighetstrogen bild än inredningsmagasinen då IKEA med jämna mellanrum gör marknadsundersökningar om vad människor gör i sina hem. I deras undersökning om svenskars sovvanor kan de exempelvis peka på att allt färre läser i sängen.⁴⁴ 58 procent svarade år 2013 att de läser i sängen mot 76 procent år 2009 när undersökningen gjordes senast. Faktumet kvarstår att läsning inne i badrummet inte verkar vara något många skyltar med i offentliga sammanhang då den sortens läsning inte verkar ha lika stor status i förhållande till läsning i övriga hemmet. Kanske kan det bero på att den sortens läsning som kopplas till badrummet oftast associeras med lättare, kortare litteratur. Texter som oftast inte anses vara ”fin” litteratur.

”Böcker förklarar vilka de är med titlar, författare, platsen i en katalog eller en bokhylla, illustrationerna på omslaget” skriver Manguel i *En historia om läsning*, och fortsätter med ”[d]e förklarar också vilka de är med storleken.”⁴⁵ Av de böcker man hittar i materialet är det få där man kan tyda titeln och/eller författare. I de flesta fall blir böckerna identitetslösa, en del av bakgrunden där de smälter in på sin plats i interiören. I boktipsen blir det tvärt om, här får de en tydlig identitet i form av bokomslag och titel med en, ofta, kort recension av innehållet. Men i boktipsen saknar böckerna sin kontext. Det är sällan som man kan hitta en kombination där böckerna är en del av inredningen

44 *Svenskars sovrumsvanor 2013: Var tredje svensk surfar i sängen*

www.ikea.com/se/sv/about_ikea/newsitem/2013_sovrum_undersokning Hämtad 2013-05-18

45 Manguel, s. 125

samtidigt som man tydligt kan läsa titeln på omslaget. Det finns få undantag, där ett är en Brontë-bok som ligger på en frukostbricka i ett nummer av *Elle Interiör*, ett annat är en kokbok av Jamie Oliver och en bok om Dalai Lama på ett omslag till nummer 2, 2010 av *Hus & Hem*. Det finns kanske en funktion med att annars låta böckerna förbli identitetslösa när de är en del av inredningen. Böckerna används inte i inredningstidningar för att sälja böcker utan för att sälja hela rummet. På så vis kan man själv fylla i vilka böcker man tror att det är och inte störs av titlar man inte anser ha tillräckligt högt litterärt värde. Det blir ett blankt blad för läsaren som kan projicera sina egna läspreferenser till inredningsbilden.

Man behöver därmed inte veta vilka böckerna är på bilderna, böcker skapar bilder och meningar för oss ändå. Precis som Manguel skriver så förmedlar böckerna också vilka de är med sin form och storlek. Johan Svedjedal skriver i artikeln *Boken tiger, boken talar*, att ”dess [bokens] fysiska gestaltning väcker tankar hos oss, skapar betydelser.”⁴⁶ Att boken är tung, hur den luktar och vilken papperskvalitet den har, har därför en stor betydelse för hur vi uppfattar dess innehåll. I en historisk kontext skriver Manguel att en lagbok i stort format sannolikt förstärker lagarnas auktoritet i läsarens ögon.⁴⁷ På det sättet påverkar boken hur vi ser på litteraturen däri. Annars är just tyngden, eller lättheten, något som ofta nämns till e-bokens fördel. Att man kan bära med sig många böcker i sin läsplatta utan en större fysisk ansträngning. Frågan är hur det påverkar vår attityd mot innehållet. Kanske får auktoritära böcker som lagtexter inte den tyngd bakom orden som det bör ha när de är i e-boksform då dess medium inte reflekterar innehållet.

Den materiella boken bör därför också ha ett eget kulturellt värde, åtskild från sin titel och genre. De värden vi tillskriver en bok är kopplade till bokens rumsliga kontext. En bok i köket kan antas vara en kokbok, en bok på nattduksbordet är mer troligt en roman. Men man tillskriver även boken dess historiska kontext där boken länge har använts som läromedel och moralisk sedelärande. Boken i sig är då en bildningssymbol. En ikon för allt man lärt sig under sin skoltid och dit många vänder sig för att söka efter information. Boken sammanlänkas därmed med det kulturella innehåll som det är kär

46 Johan Svedjedal, ”Boken tiger, boken talar”, ingår i *Bokens Materialitet: Bokhistoria och bibliografi*, red Mats Malm, Barbro Ståhle Sjönell & Petra Söderlund, Stockholm 2009, s. 31

47 Manguel, s. 126

för. Enligt Kristina Lundblad, professor i bokhistoria, förväxlar vi böckerna med deras innehåll. Hon skriver att "[f]örhållandet mellan böcker och litteratur, och i förlängningen därav förhållandet mellan teknisk och kulturell produktion eller mellan ekonomi och estetik, präglas istället av en rad intressanta värdeöverföringar."⁴⁸ Om än i varierande grad, kan man förutsätta att all litteratur tillkännages ett värde, och detta värde spiller över på boken som i samma stund som boken står för sig själv utan titel - blir en symbol för all samlad kunskap man kan finna i litteraturen.

Utöver dess formgivning och plats i hemmet, kan man även utläsa signaler utifrån hur boken är placerad. I livsstils- och inredningsmagasin ser man, som tidigare nämnts, hur böcker ofta har placerats ovanpå varandra i travar. Böcker som ligger utspridda på många platser i hemmet. Det är minst lika vanligt att man hittar böcker som ligger ovanpå varandra i dessa månadstidningar som står packade bredvid varandra i en bokhylla, om inte vanligare. Ur historisk synpunkt brukade man hos bokhandlarna och biblioteken placera bokrullar och obundna böcker staplade ovanpå varandra i buntar.⁴⁹ Detta ändrades i takt med att betydelsen för bokens yttre ökade i marknadsföringssyfte och framväxten av förlagsbandet där bokrygg och pärm med titel och författarnamn visades upp på ett tydligare och mer visuellt uttryck än tidigare. Vilket skulle göra arrangemanget med att stapla böcker mer traditionellt och kulturellt förankrat. En anledning till varför man valt att inreda med böcker i högar skulle därför kunna vara att placeringen ger en viss kulturell status.

Att omge sig med böcker på det sättet som sker om man sprider ut sina böcker varstans i hemmet, kan förutom att bidra till en hemtrevlig miljö, som man gärna skapar i inredningstidningar, även vara en metod för att ge intrycket av ett intellektuellt hem där man för trevliga och smarta samtal varje dag. MCS bygger på den subjektiva uppfattningen som förmedlas via rummet, men i avseende med inredningsmagasin kan man veta att avsändarna har en avsedd mening bakom var objekt och hur de placerats. Och då hemmen i månadsmagasinen är konstlade, då de inte är folks verkliga hem och böcker, är det avsevärt mer troligt att böckerna läggs i travar för att ge intrycket av att de är under användning. Att hemmet på bilden är bebott och man höll just på att bläddra

48 Kristina Lundblad, "Om böckers värde", text i antologin *Litteraturens värden*, red. Anders Mortensen, Stockholm/Stehag, 2009, s. 144

49 Kristina Lundblad, *Om betydelsen av böckers utseende*, Malmö, 2010, s. 67

i konstboken som ligger på soffbordet när man fick besök. Att högen med böcker på nattduksbordet avslöjar den kommande läsningen (eller den parallella). Hur böcker framställs i olika slags magasin kan till synes ses som en alltför subjektiv tolkning, men som Woodward formulerar det: ”what we think of as culture in a natural form, is in fact class culture.”⁵⁰ Det ligger därmed en hel del av Bourdieus tankar om habitus och smak bakom en inredningsbild som avslöjar, om inte vår faktiska livsstil, hur vi vill leva och uppfattas av andra, klass, kultur och ekonomiska kapital.

Att en inredningsbild kan påverka hur läsarna skapar sig en uppfattning om vad som händer i rummet utöver vem som bor där, kan exemplifieras med en artikel ur första numret av *Vi Läser*. Här har Margaretha Nordgren uppmärksammat att inredningstidningarna inte använder sig av bokhyllor utan sprider ut böckerna i hela hemmet.⁵¹ I artikeln skriver hon hur mysigt hennes egna hem blev när hon försökte sig på en liknande inredning och hur hon hoppades på att hemmet skulle fyllas med trevliga, intellektuella samtal runt böckerna. Men när vardagen gjorde sig påmind blev det till största del opraktiskt - städningen försvårades, böcker föll omkull och fläckades ner av barn och husdjur. Att det inte är en praktisk lösning att inreda sitt hem som de gör i tidningarna, ger läsaren en ännu större anledning att uppfatta böckernas placering som tillfällig. Att böckerna verkar vara under konstant användning, vilket i sig ger bilden i tidningen en intellektuell atmosfär. Det verkar finnas en uppfattning om att en närvaro av böcker skapar samtal om och kring böckerna.

Rummet man befinner sig i kommunicerar på många sätt de habitus som de boende tillfogat sig, både i form av funktionalitet och stil. Bourdieus upptäckt om hur smaken skiljer sig mellan de olika klasskikten spelar in i hur man väljer att inreda sitt hem. Arbetarklassen, som enligt Bourdieu inte skiljer mellan funktion och estetik i sin smak är här mindre troligt den målgrupp som dekorerar med böcker i staplar. Det funktionella valet kan istället argumenteras vara att samla alla böcker på en plats, förslagsvis i bokhyllan, under förutsättningen att de inte är under användning. Som artikeln ur *Vi Läser* demonstrerar är inredningsvalet med att sprida ut böckerna i hemmet inte det mest funktionella, om än det estetiska. Det är mer troligt att en medelklass som strävar uppåt i hierarkin besitter den inredningssmaken, då de även strävar efter att tillfoga de

50 Woodward, 2007, s. 123

51 Margaretha Nordgren, ”Boa med böcker”, *Vi Läser*, nr 1 2008, s. 24

habitus som överklassen besitter.

Illusionen om att böckerna håller på att användas blir fulländad när man inreder rum med uppslagna böcker. Även detta signalerar starkt de habitus som de boende etablerat sig. Här skiljer de olika månadstidningarna sig åt. I *Hus & Hem* och *Elle Interiör* ser man sällan uppslagna böcker medan detta däremot är en vanlig företeelse i *Gods & Gårdar*. Detta kan ha mycket att göra med tidskrifternas tilltänkta målgrupper. Bourdieu menar att de strukturer som gestaltas, via exempelvis en inredning med uppslagna böcker, inte har en självständig existens, utan att de är där ”för att människor som fått sin habitus formad under bestämda sociala betingelser genom sina praktiker ständigt återskapar strukturerna.”⁵² *Gods & Gårdar* riktar sig till folk som äger större hus och herrgårdar och det är också troligt att läsarna har välbetalda jobb för att ha råd med dessa hem. Då välbetalda jobb ofta kräver hög utbildningsnivå kan man utgå ifrån att målgruppen även är välutbildad. Boken blir i denna kontext en symbol för den bildade människan som ofta tar sig tid att läsa böcker, och har utvecklat habitus att läsa på flera platser i hemmet.

Gods & Gårdar särskiljer sig även i det avseendet att böckerna i inredningsbilderna inte göms på samma sätt som i de andra inredningsmagasinen. Böckerna man finner i inredningen är ofta talrikare till antal, där soffborden svämmar över av böcker istället för en eller två. Samtidigt finns det inte fler bilder där boken kan noteras än i de övriga tidningarna. De tre inredningstidningarna med *Elle Interiör* och *Hus & Hem* har alla omkring trettio bilder per nummer där böcker påträffas, men i *Gods & Gårdar* blir det en tydligare distinktion mellan bilder med och utan böcker. IKEA-katalogen fördubblar däremot denna siffra med omkring sjuttio bilder per katalog där böcker skymtas med mer eller mindre tydliga placeringar. Här behöver man dock ha i åtanke att IKEA-katalogen är betydligt tjockare än övriga tidskrifter.

Material Culture länkar, likt Bourdieu, frågan om smak till vilken social klass man tillhör. I forskning av Georg Simmel, där han studerat smak i förhållande till klädmode, framkom det att arbetarklassen och medelklassen strävar efter status genom att imitera och kopiera överklassen.⁵³ I relation till den användning av böcker som utmärks i *Gods & Gårdar*, ter det sig som att *Elle Interiör* och *Hus & Hem* försöker imitera en högre

52 Bourdieu, 1994, s. 20

53 Woodward, s. 126

social klass via dess inredning med böcker. Det blir tydligare att de tidningarna som inte går fullt ut med användningen av böcker i hemmen, utan håller en neutral mängd böcker i de flesta rum, försöker uppnå ett tydligare fokus med sin inredning, att man strävar efter att visa upp vem man är med bland annat böcker som statussymbol.

Den moderna individen är medveten om att man inte bara berättar vem man är med kläder utan även med sitt hem, sina möbler, sin bil, och andra symboliska objekt, skriver Featherstone om synen på konsumtion inom MCS.⁵⁴ Hans tankar skiljer sig från Bourdieus teorier om habitus med sin åsikt om att konsumenterna i dagens samhälle inte agerar utifrån tradition eller vana, utan gör sin livsstil till ett livsprojekt. Livsstils- och inredningsmagasin blir enligt Featherstones teorier en del av den konsumtionskultur som de nya konsumenterna anammar till sin livsstil och som i sin tur reflekteras tillbaka på konsumenten. Identifierar du dig mest med *Hus & Hem* eller *Gods & Gårdar*? Läser du *Femina* i badrummet eller i läsfåtöljen? Hur man konsumerar sin kultur och hur man väljer att inreda sitt hem hör ihop med ens livsstil och i sin tur på hur andra uppfattar en. Har man inget intresse för att läsa böcker så har man troligtvis inga, eller få, böcker i sitt hem. Men om man läser böcker, ofta eller sporadiskt, utgår MSC från att detta speglas i ens hem.

I det avseendet är den rumsliga kvalitén som en bok har inte överförbar till e-boken och läsplattan, då den inte ger samma visuella uttryck. Man hittar heller inga interiörer i tidskrifterna där man inrett med läsplattor – eller några tekniska objekt alls. Att vanliga stationära eller bärbara datorer inte hittas i magasinen har troligtvis med datorns visuella uttryck att göra mer än dess funktion som statussymbol. Utifrån materialets brist på bilder med tekniska objekt och datorer, kan dessa inte anses vara tillräckligt estetiskt tilltalande för att hamna i centrum på en inredningsbild. Även läsplattan, som är sladdlös och ofta har en ren estetisk design är även den fjärrad från bilderna, vilket avslöjar att den inte heller fått del av bokens visuellt kulturella värde. Den estetiska smaken hos läsarna spelar här en viktig roll. E-boken gör det inte möjligt att omge sig med böcker som för många anses vara hemtrevligt.

Tillika har böckernas taktilitet en avgörande roll i hur vi väljer att handskas med böcker i våra hem. Känslan av böcker hänger till stor del ihop med dess form och

54 Woodward, s. 24

formgivning, och är en viktig aspekt av den funktion som boken har för många av oss. Manguel skriver om minnet av en bok och hur det påverkas av alla sinnen. ”Läsandet börjar med ögonen” skriver han, och påpekar att vi minns en text bättre om vi ser den mot om vi bara hör den.⁵⁵ Men även lukt, ljud och känsel har stor inverkan på vår läsning. Ur historisk synpunkt, skriver Manguel, ansåg vissa män under medeltiden att alla sinnen samlades i ”det gemensamma sinnet” som kom att placeras i känslorens centrum, hjärtat.⁵⁶ Självklart är den taktila delen av läsningen en ytterst subjektiv uppfattning där var och en får avgöra om känslan av att bläddra i en bok förstärker läsoplevelsen eller inte.

Tyvärr kan man inte avgöra vilken roll bokens taktilitet utgör utifrån det material som undersökts i uppsatsen, då man inte får en inblick i hur människorna interagerar med böckerna. Att känslan av att bläddra i en bok är en stor del av bokens lockelse har däremot Lundblad visat i sitt paper om det hon kommit att kalla för kodexsimulationer.⁵⁷ Med kodexsimulationer avser hon digitala böcker som gjorts blädderbara, en tydlig imitation av den fysiska boken. Lundblad skriver att taktilitet är en stor fråga i övergången till den digitala kommunikationen, där man ställer sig undrande till hur man kan kompensera för den haptiska perceptionen.⁵⁸ Frågeställningen blottlägger faktumet att många anser att man *bör* kompensera för bokens taktila drag när litteraturen överförs till ett digitalt format. Vilket bekräftar att sinnesintryck, som känslan av att bläddra i böcker, är en viktig funktion hos boken.

I ”Den sista boken” skriver Johan Svedjedal om hur papperssidan har många fördelar som boken saknar.⁵⁹ Boksidan är i sig lättläst, informationstät, typografiskt flexibel, bärbar, lätt att kopiera och användarvänlig på många andra sätt. Men de fördelarna försvinner när man sätter ihop alla sidor till en bok då man istället måste läsa stora mängder text innan man finner den information man behöver. ”Nackdelen finns i den tryckta sidans »passivitet».”⁶⁰ I motsats till detta är den digitala sidans styrka dess interaktivitet. De digitala böckerna anpassar sig efter boken och anstränger sig för att

55 Manguel, s. 35

56 Manguel, s. 36

57 Kristina Lundblad, *Kodexsimulationer*, 2007 s. 95-102

58 Lundblad, 2007, s. 102

59 Johan Svedjedal, ”Den sista boken”, *Tänkta världar*, Avesta, 2004, s. 241f

60 Svedjedal, 2004, s. 241

kunna ta över de funktioner den fysiska boken har samtidigt som den tillför egna starka egenskaper som sökbarhet. Läsplattan Kindle paperwhite är ett exempel på hur den digitala e-boksmarknaden är under pågående utveckling i hopp om att möta läsarnas krav. I läsplattan har man infört en tidsestimering på hur lång tid det tar att läsa klart kapitlet.⁶¹ I fysiska böcker är det lätt att bläddra fram några sidor för att hitta till kapitelslut, men i e-böcker är detta annars desto krångligare.

Att den digitala tekniken även försöker ta över de funktionerna som boken har, visar på att boken som medium är inte bara en förmedlare av text. Det bevisar i sig att boken även har styrkor och funktioner i sin utformning och materialitet. Böcker återfinns i de flesta andra medier då den har en plats i bakgrunden som ett vardagsobjekt med kulturellt kapital. Alla dessa vardagliga möten med böcker som vi hittar i tidskrifter, i filmer, i våra hem och så vidare, har även gett oss bilden av boken.

Bokens framtid, avslutande diskussion

Vad denna uppsats har visat är att den fysiska boken har en stark plats i våra hem. Att boken är en kulturell symbol med högt kulturellt kapital som inte med enkelhet kan ersättas av den digitala kulturen. Den har förmågan att skapa en hemtrevlig miljö samtidigt som den avslöjar något om de boendes sociala strukturer. Eller som Lundblad formulerar det i sin artikel *Om böckers värde*: "[b]okens särskilda egenskap att kombinera ett materiellt föremål med ett immateriellt verk har gett den en speciell status i samhällskulturen".⁶² Denna status överförs även på ägaren och dess hem, och påverkar andras syn av oss. Boken för med sig förhoppningar om ett intellektuellt hem och som fysiskt medium inverkar den på hur vi uppfattar dess innehåll.

Men boken påverkas av den pågående digitala kulturen. E-boken förändrar vårt sätt att se på text och litteratur. Somliga anser att boken förlorar betydelse gentemot andra slags böcker, och att boken i kodexformat inte längre ter sig vardagligt självklar.⁶³ Hur mycket vår syn på den fysiska boken faktiskt kommer ändras får framtiden förtälja, men

61 Anders Thoresson "Klart bästa läsplattan", *Ny Teknik*, 2013-05-15

62 Kristina Lundblad, "Om böckers värde", *Litteraturens värden*, red. Anders Mortensen, Stockholm/Stehag, 2009, s.143

63 Svedjedal, 2004, s. 206f

det finns några aspekter av bokens funktioner som tillåter spekulationer. Av det material uppsatsen utgått ifrån är det exempelvis inte troligt att presentböcker, konstböcker eller övriga coffee table-böcker kommer ersättas av en digital kultur inom en snar framtid, då dessa mer än andra genrer är bundna till sin materiella estetik. Vad inredningsmagasinen åskådliggör är att det slagets böcker kommer förbli en statussymbol och ett kulturellt kapital. Men då böckerna i magasinen för övrigt är relativt identitetslösa är det däremot svårt att avgöra vilken slags böcker som kommer klara sig bättre i den digitala övergången. Här kanske det är bättre att ta en subjektiv utgångspunkt och fråga sig själv vilka böcker man även i framtiden kommer vilja ha i sitt eget hem. Vilka vill du visa upp i bokhyllan och vilka vill du gömma i läsplattan?

Vad som däremot kan sägas är att frånvaron av pocketböcker i bildmaterialet gör formatets framtid mindre säker. Pocketboken är till för dess smidighet, den är billig, lättillgänglig och av sämre kvalitet än inbundna böcker. Den är inte avsedd för ett långt liv från början. Om priset på e-boken kommer sänkas i framtiden är det troligt att den tar över pocketbokens roll som slit- och slänglitteratur. I USA har man redan sett en skiftning där e-boken har tagit över som nytt lågbudgetformat och håller på att konkurrera ut pocketboken.⁶⁴ Inom en snar framtid kommer man nog ställa högre kvalitetskrav på den materiella boken då den ska vara snygg i bokhyllan (eller på soffbordet) men också kunna hålla för flera generationer. Det kommer bli viktigare att skilja bokens materiella fördelar från e-bokens. När man har gjort det kan de båda blomstra som sitt eget medium.

Ur Material Cultures synsätt kan ett samhälle ses som symboliska utbyten vilka skapar meningar och kulturella yttranden. Och för att sådana utbyten ska ske så måste det finnas materiella objekt.⁶⁵ MCS perspektiv säger mycket om hur vi ser på böcker, att vi använder oss av olika objekt för att förmedla vilka vi är oavsett om det är ett medvetet val eller ej. Precis som Adams och Barker skriver om att man kan införskaffa en bok med avsikten att läsa den, även om det inte alltid sker, så finns det även en möjlighet att man köper en bok för att man vill vara eller ses som en sådan person som skulle läsa den sortens litteratur. Vår bokhylla kan på det sättet också representera den vi vill vara i lika stor mån som den vi är eller har varit. Självt behåller jag alla mina

64 Svensk bokhandel, nr 9 2012, "Pocketens nya kläder" s. 15

65 Woodward, s. 28

böcker i bokhyllan, slänger nästan aldrig dem jag läst utan skänker istället bort de jag inte vill behålla. För mig har böcker ett alltför stort kulturellt värde för att slängas, även om de är en massproducerad vara som många andra och jag tror att många delar min värdering. Frågan jag håller öppen är om det påverkar våra kulturella meningsutbyten?

Att inreda med små dekorativa bokhögar här och var i hemmet signalerar inte bara en känsla av hög stilfaktor och andra visuella aspekter av ens hem, det signalerar även ett visst intellekt, att man faktiskt använder böckerna. Detta för att det annars, på många ställen i hemmet, är väldigt opraktiskt med bokhögar här och var. Det är svårt att städa och mycket möjligt att böckerna hamnar i vägen. Att ha böckerna framme visar på ett aktivt användande av böckerna.

E-boken försöker i många avseenden ersätta de fysiska funktionerna som boken har, vilket bland annat Lundblad visat i *Kodexsimulationer*.⁶⁶ Den digitala boken försöker härma pappersboken och kompensera för dess materiella funktioner, men är det rätt väg att gå? Den fysiska bokens styrka ligger först och främst i dess visuella och estetiska representation och dess möjlighet att agera som kulturell symbol. Så länge som vi har böcker i våra hem så kommer de alltid förmedla en viss kulturell status och visa vänner och bekanta att vi är läsande personer.

E-boken håller på att förändra vår syn på böcker men verkar utifrån denna undersökning inte vara ett lika stort hot som många tror. Boken kommer alltid ha en plats i hemmet men e-boken försöker fortfarande hitta sin. E-boken har sina egna funktioner och fördelar mot boken, den är bland annat mycket smidigare att söka i om man letar efter något speciellt. Kanske kan e-boken stå som ett komplement till den fysiska boken i framtiden. Jag tror på en samexistens.

66 Lundblad, 2007, s. 95-102

Litteraturlista

Publicerade källor

- Adams, Thomas R, Barker, Nicolas, ”A New Model for the Study of the Book”,
Publicerad i *A Potencie of Life: Books in Society. The Clark Lectures 1986-1987.*
The British Library Studies in the History of the Book, London, 1993
- Bokens materialitet; Bokhistoria och bibliografi*, red. Mats Malm, Barbro Ståhle Sjönell
& Petra Söderlund, Nordiskt Nätverk för Editionsfilologer, Svenska
Vitterhetssamfundet, Stockholm 2009
- Bourdieu, Pierre, *Kultursociologiska texter, i urval av Donald Broady och Mikael
Palme*, red. Brutus Östling, Fjärde upplagan, Stockholm/Stehag 1993 (1986)
- Collins, Jim, *Bring on the books for everybody: How Literary Culture Became Popular
Culture*, Durham och London, 2010
- Hertel, Hans, ”Boken i mediasymbiosens tid”, red. Lars Furuland och Johan Svedjedal,
Litteratursociologi, Texter om litteratur och samhälle, Lund 1997
- Knight, Jeffrey Todd, ” ”Furnished” for Action: Renaissance Books as Furniture”, Del
av antologi, *Book History, Volyme 12*, 2009
- Litteraturens värden*, red. Anders Mortensen, Sockholm/Stehag 2009
- Lundblad, Kristina, ”Kodexsimulationer”, red. Kristina Lundblad m.fl, *Bokhistorier.
Studier tillägnade Per S. Ridderstad*, 2007
- Lundblad, Kristina, *Om betydelsen av böckers utseende: Det svenska förlagsbandets
framväxt och etablering under perioden 1840-1914 med särskild hänsyn till
dekorerade klotband. En studie av bokbandets formgivning, teknik och relation till
frågor om modernitet och materiell kultur.*, Malmö 2010

- Manguel, Alberto, *En historia om läsning*, Stockholm 1999
- Striphas, Ted, *The late age of print: Everyday Book Culture from Consumerism to Control*, New York, 2009
- Svedjedal, Johan, ”Den sista boken”, *Tänkta världar: Samlingsvolym: Gurun och grottmannen & Den sista boken*, Avesta 2004 (2001)
- Squires, Claire, *Marketing Literature, The Making of Contemporary Writing in Britain*, New York, 2009
- Thoresson, Anders ”Klart bästa läsplattan”, *Ny Teknik*, 2013-05-15
- Westlund, Johanna, ”Pocketens nya kläder”, *Svensk bokhandel*, 2012:9
- Woodward, Ian, *Understanding Material Culture*, London, 2007

Opublicerade källor

- Broadly, Donald, *Kapitalbegreppet som utbildningssociologiskt verktyg*, Uppsala 1998, s. 3, Texten finns tillgänglig på nätet: <http://www.skeptron.uu.se/broadly/sec/ske-15.pdf>
- Hedstrom, Margaret, ”Digital Preservation: A Time Bomb for Digital Libraries”, *Computers and the Humanity*, Nederländerna, 1998, Hämtat från http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/42573/10579_2004_Article_153071.pdf;jsessionid=520A0B6BDB3E3E622231CCC9F2A7BB5C?sequence=1
- Illustrerad vetenskap*; ”Hur länge håller digitala lagringsmedier?”, 2011.03.22, Hämtat från <http://illvet.se/fraga-oss/hur-laenge-haller-digitala-lagringsmedier>
- Mitchel, Heidi, ”A House to Look Smart in: Old-School Reading Rooms Stage Grand Return; No Books? Firms will Pick, Style”, *The Wall Street Journal*, 2012-06-27, Hämtat från

<http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303901504577460770904124192.html?>

[KEYWORDS=a+house+to+look+smart+in](#)

Nationalencyklopedin www.ne.se

Schmidt, Lars, ”Bokhyllan snart död”, *Svensk bokhandel*, Publicerad 2009-09-27 på

hemsidan: www.svb.se/blog/bokhyllan-snart-död

Steiner, Ann, "Läsning som livsstil", kommande i RJ:s årsbok 2013

Svenskars sovrumsvanor 2013: Var tredje svensk surfar i sängen, 2013-01-31,

Publicerat på IKEAs hemsida, Hämtat från

www.ikea.com/se/sv/about_ikea/newsitem/2013_sovrum_undersokning

Tidskrifter och kataloger

Femina – februarinummer 2003-2012

Elle Interiör - februarinummer 2003-2012

Vi Läser - höstnummer 2008, vårnummer 2009-2012,

Hus & Hem - februarinummer 2010-2012

Gods & Gårdar - februarinummer 2010-2012

Icakuriren - februarinummer 2010-2012

IKEA-katalogen 2011-2013

Information om tidningarna är hämtade från TS-upplaga – www.ts.se