

Elina Druker

Ett stort varuhus i en stor stad

Dagdrömmar och konsumtionskritik i barnlitteraturen

A Big Department Store in a Big City. Daydreams and Consumer Criticism in Children's Literature

Abstract: In advertising, marketing, and product catalogs from the first decades of the 20th century, the newly launched department stores often describe their toy departments as a "fairy tale world", "children's paradise" or "toy land". They are depicted as spaces for play and enjoyment, but above all, as spaces for daydreams. These expressions and images – loaded with messages and ideals about children, consumption, and modernity – were quickly transferred to children's literature. Based on research from advertising history as well as modernism and modernity studies, the article discusses how the department store in the mid-1900s becomes a new variant of the Schlaraffenland or the Cockaigne motif in Scandinavian children's literature. Focusing on stories published between 1933 and 1965, depictions of children as consumers and the child's interaction with the department store and its products are investigated. In the studied stories, different variations of the Schlaraffenland motif – excess of toys, experiences, and food – are used to playfully depict children's encounters with the commodity world, but also to investigate questions about the individual's responsibilities as a consumer and ideas about individuality, freedom, and modernity.

Keywords: konsumtion, modernitet, varuhus, leksaker, frosseri

Kommersialismens inträde förändrade stadsbilden i allt snabbare takt i början av 1900-talet och det skapades nya offentliga rum som även innefattade barnet som konsument. Från 1920-talet och framåt ökar reklamen riktad till barn påtagligt, bland annat i form av varuhusens reklamkampanjer som i varukataloger och annonser beskriver sina nya leksaksavdelningar med epitet som "barnens paradiset", "leksaker-land" eller "det förlovade landet" (Brembeck 74–75; Husz 56). Liknande uttryck och bilder, laddade med budskap och ideal kring konsumtion, barndom och modernitet, förs snabbt över till barnlitteraturen. Med avstamp i reklamhistoria och tidigare modernitetsforskning, liksom studier om barnlitterär modernism, diskuterar artikeln hur skönlitterära skildringar av varuhus speglar denna förändring och hur motivet kan fungera som en variant av klassiska barnlitterära frosserimotiv. Utgångspunkten för analysen är ett antal svenska och danska bilderböcker och illustrerade berättelser, utgivna mellan 1933 till 1965, som vänder sig till de yngre läsarna.

Artikeln syftar till att diskutera kopplingarna mellan varuhusens reklam för barn och barnlitterära skildringar där varuhuset utgör en arena för olika typer av frosseri. Hur framträder konsumtions-skildringar och barns roller som konsument i de valda analys-exemplen, och hur förändras skildringarna under dessa fyra årtionden, i takt med att konsumtionskulturen snabbt växer och utvecklas? 1900-talets första fyra årtionden har ansetts medföra en ökande och genomgripande kommersialisering av barns vardag (Zelizer 11; Cook 6). I Sverige är barndomens utformning under 1900-talet tydligt förknippad med välfärdsstatens uppbyggnad och därför blir även framväxten av folkhemsprojektet och konsumtion sammanlänkade frågor, där familjen och barnet i båda fallen blir centrala ideologiska beståndsdelar. Samhällets förväntningar på individen kontrasteras, dels uttrycks tankar om rationalitet och kontroll, som den moderna människan ska bemästra, dels förmedlas idéer om en ökad frihet och en strävan efter att uppleva gränsöverskridande, livsbejakande händelser som associeras med moderniteten (Aléx 26; Boëthius 58; Husz 63). Förutom föreställningar om konsumtion som någonting njutningsfyllt och livsbejakande aktualiseras idéer om individens frihet kontra ansvar – frågor som tidigt innefattas i föreställningar om barns konsumtion. Jag kommer därför att särskilt fokusera på varianter av frosserimotivet, där varuhusens obegränsade tillgång till leksaker, upplevelser eller mat fungerar som dröm- eller sagovärldar i berättelserna men där även idéer om modernitet och teknikbejakande är närvarande. Dessa tillspetsade skildringar av barns möten med varuvärlden undersöks i relation till såväl reklamens drömbilder

som till frågor om modernitet och konsumtion, men även i relation till det klassiska Schlaraffenland-motivet i litteraturen.

Under 1930- och 1940-talen framställs barnet ofta som en symbol för framtiden och blir, särskilt efter andra världskriget, en sinnebild för hoppet om en bättre värld. Detta speglar den ideologiskt centrala position barnlitteraturen och barnkulturen får i det omfattande samhällsbygget och välfärdsprojektet i Sverige som initieras redan under 1930-talet men genomförs framför allt från 1940-talet och framåt. I såväl reklam som barnlitteratur och film ger skildringar av barn, deras omgivningar, agerande och aktiviteter, uttryck åt tidens idéer och föreställningar om barnet och barndomen. Hur barn framställs i barnlitteraturen och reklamen – valet av kläder, leksaker, miljöer och möbler – kan dessutom fungera som kvalitetssignaler om "god smak" som snarast vänder sig till föräldrarna och kan därmed, indirekt, bli vägledande i konsumtion. Det skapas alltså på olika sätt förebilder och föreställningar om moderna barn i olika medier som riktar sig till såväl barnen som deras föräldrar (Christensen 150). Från 1930-talet och framåt anknyter skildringar av barn som konsumenter alltså till idéer om det moderna, kompetenta barnet – där en av de önskade kompetenserna är kunskaper i konsumtion.

Stora butiksfönster, elektriciteten och neonljuset, liksom biograferna och de exklusiva varuhusen förvandlade successivt stadsbilden från 1910-talet och framåt (Schön 315). Skyltfönster och varuhusens skyltningar av leksaker har en oemotståndlig lockelse i en rad barn- och ungdomslitterära berättelser redan under 1900-talets första decennier. Motivet handlar ofta om önskedrömmar kring konsumtion, men även om önskade konsumentroller och individens kompetens som konsument. Såväl varuhus som skyltfönster anknyter också till tidens positiva framställningar av den moderna staden och dess tekniker och kommunikationer med betoning på rörelse, resor och moderna färdmedel (Hallberg, "Bilderbokens barn" 43; Boëthius 58; Druker 253). Men linjerna i den moderna barnlitteraturen är många och tendenserna till det motsatta är likaså tydlig, något som kommer att diskuteras mer utförligt i denna artikel. Markörer som rörelse och teknik förknippas ofta med den moderna upplevelsen men kan också innefatta en reaktion mot det moderna och den form av modernitet som blivit konstituerande för det västerländska samhället. Förutom intresset för nya motivkretsar, berättelser och bilder, kan man ställa sig följande frågor: hur framställs dessa berättelser och bilder, och vad det är för idéer och ideal om barnet och barndomen som förmedlas?

Som i sagans värld

Ett av de tidigaste motiven som skildrar konsumtion i barnlitteraturen är varuhuset som en plats för både teknisk innovation, konsumtion och drömmar. Tidigt likställs varuhuset i såväl litteratur som reklam med nöjesfält eller skådeplatser för inte minst den kvinnliga konsumenten (Felski 88). Som Lydia Wistisen visar i sin avhandling *Gångtunneln. Urbana erfarenheter i svensk ungdomslitteratur 1890–2010* (2017) blir staden och dess butiker, caféer och varuhus nya offentliga platser där kvinnor kunde röra sig men även arbeta.¹

De nya konsumentrollerna som framträder i 1900-talets första två decennier innefattar tidigt även barnet. Under 1920-talets högkonjunktur fick masskonsumtionen av industriprodukter ett genombrott och samtidigt ökade och professionaliserades företagens marknadsföring (Qvarsell 20). Nya kommunikationskanaler gjorde det dessutom möjligt för företag att kommunicera mer direkt till barn. Detta skedde exempelvis genom framställningar av attraktiva visuella lekvärldar inom reklamen där berättelser och konsumtionsprodukter vävdes samman. I studien *Det konsumerande barnet. Representationer av barn och konsumtion i svensk dags- och veckopress under 1900-talet med utgångspunkt i reklamannonser* av Helene Brembeck (2001) visas att beskrivningar av leksaksavdelningen som det förtrollade barndomslandet, en drömvärld eller ett sagoland, med lyckliga, lekande barn, är vanligt förekommande.² Framställningarna kan jämföras med slogans som användes för Nordiska Kompaniet (NK) vid dess öppnande 1915, när varuhuset i såväl medierna som i annonseringen beskrevs som "en drömvärld" (Husz 56).

Hur förhåller sig då dessa nya bilder och miljöer till barnlitteraturens motivkretsar? Motivet med Schlaraffenland (från tyskans *schlaraffe*, slöflock, dåre) – ett fantasiland med överflöd av mat, godsaker, lättja och njutningar – är naturligtvis ett klassiskt motiv i barnlitteraturen (Nikolajeva 189). Förutom reklambranschens bilder och uttryck, får motivet även nya litterära tolkningar i mitten av 1900-talet, bland annat i form av satiriska skildringar av den moderna maskinkulturen i Erich Kästners futuristiska *Der 35. Mai* (1931) – eller i Roald Dahls klassiska *Charlie and the Chocolate Factory* (1964). I båda berättelserna förenas klassiska Schlaraffenland-element som floder av choklad, ätbara karamellträd och -blommor, liksom frosseri av olika slag, med en fascination kring industriell automatisering och fabrikernas oavbrutna, rörliga och rytmiska mekanik.

Teknikbejakandet är centralt i många svenska bilderböcker med resemotiv, och förenas från 1930- och 1940-talen och framåt allt of-

tare med skildringar av konsumtion. Så bland annat i Eva Billows *Resan till Stockholm* (1933) eller i Kerstin Keillers *Daddas och Olles äventyr* (1939). I *Resan till Stockholm* bjuds barnen först på saft och kakor på slottet och besöker sedan NK, där de får var sin leksak. De olika förflyttningarna i staden – bil- och spårvagnsfärden, men även hissresan i varuhuset – skildras som någonting njutningsfullt. I stil med reklamens uttryck skildras leksaksavdelningen som i ”sagans värld”:

De komma till Nordiska Kompaniet,
och där gå de in utan krus.
Naturligtvis skola de göra visit
uti detta varuhus.

Därinne är som i sagans värld!
I en blixtnabb hiss de tre
fara mot taket på svindlande färd
att leksaksavdelningen se.

Och det är så märkvärdigt alltihop,
så otroligt fint och grant,
att Kajsa ger till ett häpet rop:
”Det här, det är inte sant!”

Där finns dockor, som tala och gå
och lyxbil och flygmaskin,
och alla slags djur, både stora och små
ifrån elefant till kanin. (Billow)³

Förutom omnämnandet av den blixtnabba hissen i citatet ovan, uttrycks teknikbejakandet i valet av leksaker: ”lyxbil och flygmaskin” och ”dockor, som tala och gå”. Barnen avslutar dessutom sitt storstadsbesök genom att flyga hem med ett eget flygplan, något som anknyter till det tidigare nämnda leksaksflygplanet och stärker resans sagolika karaktär (bild 1).

Även i *Daddas och Olles äventyr* av Kerstin Keiller (publicerad under pseudonymen Dette), ges besöket i varuhuset NK sagokonnotationer. Olle har fått en ny leksaksbil – en Volvo – och i drömmen åker han med den jorden runt. Resan inleds i huvudstaden, och Stockholmsbesöket beskrivs kortfattat:

Fram över berg och dal det bär,
och snart de uti Stockholm är.
Där hälsa de på farbror kungen i hans slott,
och uti N.K. köps en påse gott. (Keiller)



Bild 1. Flygmaskinsfärd i Eva Billows *Resan till Stockholm* (1933). ©Eva Billow

Det kan anmärkas att besöket hos "farbror kungen" ges relativt lite utrymme i berättelsen men nämns i samma mening som besöket på NK. Varuhusbesöket i dessa två exempel från 1930-talet ges alltså sagolika konnotationer. Men berättelserna färgas också av en fascination kring teknik och färdmedel.

Tidigt sammankopplas de nya kommersiella drömvärldarna med modern teknik och rörelse, skriver historikern Orsi Husz i sin avhandling *Drömmars värde. Varuhus och lotteri i svensk konsumtionskultur 1897-1939* (2004) där hon undersöker hur svensk konsumtionskultur formas i början av förra seklet med utgångspunkt i bland annat varuhusens marknadsföring. I tidiga varuhusskildringar i dagspressen är det framför allt den tekniska och organisatoriska moderniteten som betonas. Husz beskriver hur man vid lanseringen av NK i beundrande ordalag beskrev de snabba hissarna, rörpostsys-

temet, automobilhissen, livsmedelsavdelningarnas kylanläggningar och inte minst rulltrapporna "ständigt i rörelse" (Husz 61). Det nyöppnade varuhuset uppfattades vid sitt öppnande som "hypermodernt" – både sagolikt och fantastiskt, praktiskt och modernt (Husz 62). Dessa teknikbejakande och framtidsoptimistiska idéer och bilder präglar i allra högsta grad även de tidiga barnlitterära skildringarna av varuhus, men frågan är hur dessa bilder utvecklas och förändras i barnböckerna?

Elektricitetsverk och hybrida varelser

Den tekniska utvecklingen intar en central roll i många av de litterära stadsskildringarna från 1900-talets början, där staden påfallande ofta beskrivs som en "maskin", något som kan ses som reaktioner på ökad systematisering och rationalisering av samhället. Inom tidig urbanitetsforskning pekar man därför ibland på en ökad distansering och instrumentalisering i förhållande till människans omgivning (Weber 20; Simmel 443). I sin avhandling *Barnlitteraturens tekniklandskap. En didaktisk vandring från Nils Holgersson till Pettson och Findus* (2015) diskuterar Cecilia Axell hur tekniken och tekniksynen gestaltas i barnlitteraturen från 1900-talets början till i dag. Hon pekar på en viss ambivalens i inställningen till teknik och materialism hos författare som Elsa Beskow, Selma Lagerlöf och Otto Witt. Budskapet i flera av berättelserna från perioden är att människan förväntas bemästra såväl teknik och natur. "Tekniken styr inte människan; det är människan som har makten över såväl teknik som natur" skriver Axell i sin analys av Witts *Krigets tekniska sagor* från 1915 (136). Trots ett bejakande av den industriella samhällsutvecklingen hos exempelvis Lagerlöf, uttrycks det under denna period även farhågor om den ökande mekaniseringen, den massproducerade varan liksom industrialiseringens följder.

Den här typen av betänkligheter är inte lika framträdande i de bilderböcker och illustrerade berättelser som diskuteras i mitt material från 1930-talet och framåt. Här gestaltas barnets förmåga att hantera pengar, varuvärlden och de nya teknikerna övervägande som någonting positivt, någonting som utnyttjas och bemästras av barnkaraktärerna. I Lennart Hellsings novell "Självs är bästa dräng" i *Krakel Spektakel* (1952), med illustrationer av Stig Lindberg, formas berättelsen i enlighet med Schlaraffenland-motivet. I "ett stort varuhus i en stor stad" (84) roar sig Krakel Spektakel och Kusin Vitamin i ett överflöd av tårtor och porslinstrumpeter, glas och porslin, chokladpudding och japansk knäck.

Förutom frosseri i godsaker och ätande, introduceras färgaccen-ter som ett närmast musikaliskt grepp i texten redan i de inledan-de raderna när en flod av gula apelsiner och citroner studsar och rutschar nerför rulltrappan i en rytmisk och koloristisk bild: "En stor gul apelsin kommer studsande nerför rulltrappan! Studs, studs, studs! [...] Snart står Krakel Spektakel upp till knäna i frukter" (Hellsing och Lindberg 84). Förutom havet av gula apelsiner och citroner, vimlar berättelsen av klangfulla färginslag i form av tomater, fallskärmar med blinkande gula lampor, blåa paraplyer, röda och gröna bockar och gardiner av ljusgrön marsipan. Färgerna är grälla och lysande.

Kulmen för Hellsings "Själ är bästa dräng" sker när Kusin Vita-min sparkar av ett stolsben att suga på, något som leder till en hedonistisk frosseriscen på tårtavdelningen. På avdelningen för glas och porslin roar sig vännerna sedan med porslinskrossning med hjälp av tomater: "Pang! Pang! Där rasar en hel middagservis i golvet. Pang! Där ryker sjutton glas för en enda tomat" (Hellsing och Lindberg 92). Det sönderslagna porslinet flygs sedan till ett långt bord, lagas magiskt med "Karlssons klister"⁴ och fylls med de läckraste rätter. Trehundrasextiofem chokladaskar med små fallskärmar kastas ut genom fönstret, och singlar ned över gatorna. De styrs av små katter som blinkar med gula lampor. Eftersom detta absurda tillslag inte har godkänts av myndigheterna måste tillståndet utredas av "en hel massa över-, under- och mittimellanpoliser" (90). Berättelsen avslutas med att Krakel Spektakel och Kusin Vitamin till sist kryper in i en kakelugn och somnar där.

Nonsens i modernistisk anda får tydligt surrealistisk prägel i Hellsings novell, inte minst genom de karnevalistiska animeringarna av rummet, karaktärerna och vardagsföremålen. Att varuhuset inledningsvis skildras som öde och fritt från vuxenvärldens bevakning är väsentligt:

Alltsammans det här händer på ett stort varuhus i en stor stad, men det finns inte en enda kund i affären. Det finns ingen som köper och ingen som säljer och ingen sträng herre med nackbena och svart kostym, som säger:

- Det här är ingen lekplats för barn! (Hellsing och Lindberg 84)

I sin studie *When Toys Come Alive. Narratives of Animation, Metamorphosis, and Development* (1994) beskriver Lois Rostow Kuznets hur leksaksbutiker, dockhus och leksaksvärldar ofta levandegörs i hemlighet eller under natten, när de vuxna är frånvarande. Vardagliga världar främmandegörs därmed, de görs "uncanny", vilket upplåter

rummet till det liminala och marginella och har potential att skapa karnevalistiska platser, skriver Kuznets (2).

Förutom den rytmiska, rörliga skildringen av rulltrappan i berättelsens inledning, kännetecknas händelseförloppet rent dramaturgiskt av entréer och sortier av mängder av olika karaktärer, djur och varelser, som då och då, dessutom, omvandlas av barnen. Utöver en förkärlek för den moderna storstaden och dess brusande liv, gestaltas här en rad underligt sammansatta färdmedel, ofta konstruerade av varor och leksaker, som kastrullbåtar, levande gunghästar, undervattensbåtar och plastflygmaskiner. Dessa förvandlas om och om igen och får nya skepnader. När barnens gunghäst tröttnar på att vagga fram över apelsin- och citronhavet, gör de resolut om hästen till en ångmaskin. "Nu är deras vagn en båt, en ångbåt" konstateras det (Hellsing och Lindberg 86). Gunghästen, som inledningsvis består av en koppargryta, och en trumpet av porslin, utrustas senare med ett blått paraply som ett segel och en dammsugare som suger båten fram.

I Hellsings skildring av varuhuset som en drömvärld överträds gränserna mellan levande varelser och ting. Gunghästen är en hybridfarkost, konstant omvandlad av barnen, konstant i rörelse, driven av såväl elektricitet som ånga, men också en slags levandegjord leksak, ett motiv som är bekant från otaliga leksaksberättelser redan i början av 1800-talet. Kuznets pekar på den maktgivande effekten som leksaken ger barnet – även när leksaken levandegörs, är den underlägsen barnprotagonisten. Inte minst i skildringar av våldsamma eller omstörtande lekar menar Kuznets att det kan ske en överträdelse från det bekanta och vardagliga till det liminala eller karnevalistiska, en överträdelse som kastar omkull konventionella maktfördelningar (6). Den levandegjorda leksaken kan därmed ha en subversiv funktion, inte minst när föremål och leksaker bryter mot de konventioner som förknippas med deras tilltänkta syfte (Kuznets 50).

Fascinationen kring allt som rör sig, rullar, blinkar, surrar och flyger, uttrycks även i barnens plan att bygga ett elektricitetsverk:

Vi måste göra ett elektricitetsverk.

- Det låter väldigt svårt och konstigt, säger Kusin Vitamin.

- Äh det svåraste är att stava till det, säger Krakel Spektakel. Att göra det är inte så svårt. Allt som behövs är ett hjul som snurrar, och sen blir det elektricitet av det.

- Men hur skall det snurra? Frågar Kusin Vitamin.

- Du frågar så dumt, säger Krakel Spektakel. Man fäster ett snöre i hjulet och andra ändan av snöret i månen. Månen går runt jorden,

och så följer hjulet med och går runt, och så blir det elektricitet av alltsammans. Massor av elektricitet! Elektricitet, så det gnistrar om det! (Hellsing och Lindberg 87-88)

Elektriciteten, tekniken och de snabba förflyttningarna inom varuhuset användes under flera årtionden som marknadsföringsargument av bland annat NK och Åhléns. Elektriciteten var en viktig förutsättning för de moderna teknikerna och NK annonserade exempelvis att varuhuset vid Strandvägen "förbrukade mer elektricitet än en medelstor svensk stad" (Husz 62). I marknadsföringen var alltså det drömlika och fantastiska lika framträdande som det praktiska och rationella, konstaterar Husz: "Tekniken var det viktigaste medlet för att skapa drömvärlden med alla dess under" (62). Trots att Hellsings varuhusskildring kommer ut först 1952, närmare fyrtio år efter lanseringen av de stora varuhusen i Stockholm, fungerar teknik, elektricitet, hastighet och rörelse fortfarande som markörer för moderniteten och utgör den bärande drivkraften i berättelsen. Det som är helt frånvarande, är farhågorna att förlora kontrollen över tekniken, idéer som Axell visar förekommer fortfarande i Beskows sagor under 1950-talet (179). Hos Hellsing bemästrar barnen istället tekniken med närmast nonchalant lätthet.

Frosseri och civilisationskritik

Besök på folktomma leksaksavdelningar, liksom barn som befinner sig i varuhus efter stängningsdags är en vanlig premiss för många av berättelserna från denna period. I Jens Sigsgaard och Arne Ungermanns *Palle alene i Verden* (1942) drivs konceptet med det öde leksakslandet som någonting främmandegjort till sin spets. Här expanderas motivet med den övergivna leksaksavdelningen till att gälla en hel stad med obegränsad tillgång till dess varor och njutningar.

Berättelsen inleds med att Palle upptäcker att han är alldeles ensam i världen. "Palle er så glad, fordi han er alene i hele Verden. Nu kan han gøre lige, hvad han vil" (Sigsgaard och Ungermann 22). Han ger sig ut i staden och frossar i frukt och godis och fyller sina fickor med pengar inne på banken. Han njuter av friheten, trots att han är medveten om att det egentligen är förbjudet att ta varor i butikerna: "Han ved godt, at det maa man ellers ikke, men nu er han alene i hele Verden, og saa gør det ikke noget" (14).

Palle kliver på en tom spårvagn, sätter på sig förarhatten (som är för stor) och kör linje 2 ända fram till Rådhusplatsen där han krockar våldsamt med en stillastående spårvagn: "BANG!" (Sigsgaard och

Ungermann 22). Ungermanns illustration förebådar katastrofen. Palle, som sitter i förarhytten, framstår som väldigt liten. Den symmetriska kompositionens fokuspunkt är placerad mitt i den mötande, stillastående spårvagnen – det är otvetydigt att situationen kommer att sluta illa. Båda vagnarna blir totalförstörda men Palle vet att "hvis han vil ud at køre igen, kan han bare tage en anden Sporvogn, for der er nok af dem" (24). Den våldsamma förstörelsen tycks alltså inte ha några som helst konsekvenser. Men ganska snart inser Palle att det inte är särskilt roligt att vara ensam i världen. Berättelsens vändpunkt inleds när han märker att dörren till banken står öppen:

Døren staar aaben ind til den fine Bank, hvor Folk henter Penge.
Palle gaar bare in og henter en hel Pose Penge, for han er alene i Verden, og saa er det hans altsammen.
Palle er saa glad, at han synger i vilden Sky.
Nu har han mange Penge, og nu kan han købe alting.
Han vil købe en Kniv og en Mundharpe og en Kran og en lille Cykel og en Skov log en Vogn og en Bil og en Flyvemaskine og alting i hele Verden. (Sigsgaard och Ungermann 26)

Som i många andra samtida berättelser som beskriver lustfylld konsumtion, radas de efterlängtrade ägodelarna och leksakerna upp både i text och i bild: "en Kniv og en Mundharpe og en Kran og en lille Cykel og en Skov log en Vogn og en Bil og en Flyvemaskine og alting i hele Verden" (Sigsgaard och Ungermann 26).⁵ När Palle ser en fin fickkniv inser han plötsligt att varken kniven eller pengarna har något värde: "han kan ikke bruge Pengene til noget, for der er jo ingen Mennesker at betale Pengene til" (28). Palle blir arg och håller ut alla pengarna på gatan. Det är alltså inte bara ägandet utan också själva akten av konsumering som beskrivs som lustfylld, en slags gratifikation som plötsligt saknas i Palles gränslösa situation och som dessutom stärks av att tingen förlorat sitt monetära värde (bild 2).

I en mardrömslik avslutning hittar Palle ett flygplan och den hittills på ytan realistiska omgivningen överges för en fantastisk färd i rymden.

Og saa satte Palle sig op i Flyvemaskinen og fløt højt, højt op mellem Skyerne.
Maskinen steg højere og højere, og lige med eet stødte den paa noget.
– Det var vist Maanen.
Og stakkels Palle faldt dybt, dybt ned.
Palle gav et mægtigt Vræl – og saa vaagnede han. (Sigsgaard och Ungermann 44–46)



Bild 2. Önskedrömmar om obegränsad konsumtion i Jens Sigsgaard och Arne Ungermans *Palle alene i Verden* (27, 1942). ©Arne Ungermann

Episoden följer drömmresornas struktur med ett tvärt avslut som kastar huvudpersonen till vaket tillstånd. Palle krockar med månen och väcks våldsamt upp ur sin mardröm. När han väl vaknat upp i sin egen säng upptäcker han till sin lättnad att han inte längre är ensam.

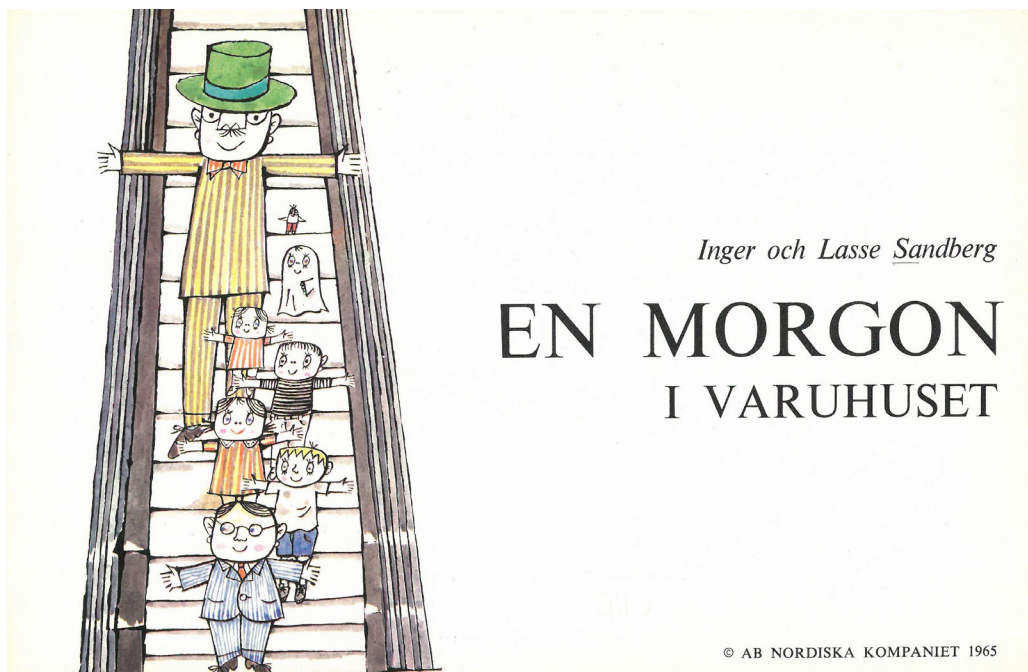
Jens Sigsgaard, utbildad psykolog och pedagog, genomförde under sin studietid en undersökning, där han intervjuade tusen barn om vad de skulle vilja göra om de var osynliga, önskemål som han sedan använde i berättelsen (Stybe 152). Boken lyfter fram frågan om konsumtionens och ägandets värde men formulerar också civilisationskritik. Utgiven mitt under det pågående världskriget, får de ödsliga gatorna, butikerna och lekplatserna en annan, kusliga-

re betydelse. Särskilt slående är bilden där Palle sitter ensam på en gungbräda i den folktomma lekparken utan någon att gunga med. Här uttrycks en känsla av ensamhet och innehållslöshet, men även en tanke om att människan behöver andra omkring sig – föräldrar, lekkamrater, en gemenskap. Vibeke Stybe skriver att barn här ges en känsla av att samhället är något oerhört viktigt och att ingen kan undvara andra människor (153). Hur ska man då tolka den spänning som finns mellan dessa frosserier i rörelse, elektricitet och drömlika förvandlingar, och den våldsamma förstörelse av varor och färdmedel som samtidigt pågår? Den moderna konsumtionskulturen och de förförelser som erbjuds beskrivs hos många kontinentala teoretiker och filosofer i början av seklet i termer av drömmiljöer. Max Weber menar att det sker en urholkning av fantasier och drömmar i det moderna samhället (21). Även Walter Benjamin ser den förtrömlade konsumtionsvärlden som falsk och massproducerad och menar att kommersialismen planterar drömmar hos den moderna människan som desillusionerar henne (73). Enligt honom skapas det i den nya urbana stadsmiljön en konstant pendling mellan drömmen och uppvaknandet, drömmar, som lätt kan förvandlas till mardrömmar.

I sin avhandling *Inre landskap i text och bild. Dröm, lek och fantasi i svenska och finska bilderböcker* (2008) menar Anna-Maija Koskimies-Hellman att *Palle alene i Verden* skildrar en aktiv dröm, då den ger uttryck för barns innersta önskningsmeningar men att denna frihet dras tillbaka när huvudpersonen vaknar upp och "berövas all den makt som han haft i den maktgivande drömmen" – istället används barnen och deras värld som ett didaktiskt verktyg (Koskimies-Hellman 82).

Varuhuset som plats för lek

Även i Inger och Lasse Sandbergs *En morgon i varuhuset* (1965), en bilderbok som skapades för NK, framhävs varuhusets tekniska konstruktion och mekanik. I denna bilderbok uppmärksammas dessutom boken i sig som en handelsvara och en artefakt och berättelsen bygger på en självreflektiv lek med de fiktiva karaktärernas fiktionlighet. Här hoppar Lilla Anna och Långa Farbrorn, liksom andra sandbergska barnboks-karaktärer, ut ur sina bokomslag och gömmer sig i varuhuset som ännu inte har öppnat för dagen. De lämnar tomta, vita ytor efter sig på bokomslagen. Berättelsen fungerar som en slags kurragömmalek där herr Karlsson, som ansvarar för bokavdelningen, förgäves letar efter de försvunna "bilderboks-barnen" bland de olika avdelningarna. Även här inkluderas det lekande barnet i en kommersiell miljö som präglas av rulltrappor, hissar och intertelefoner (bild 3).



Inger och Lasse Sandberg

EN MORGON I VARUHUSET

© AB NORDISKA KOMPANIET 1965

Bild 3. De sandbergska barnboks-karak-tärerna tar över varuhuset i Inger och Lasse Sandbergs *En morgon i varuhuset* (1965). ©Tre Sandberg AB

Upplevelsen av lättsam, teknisk modernitet som utmärker Billows varuhusskildring från 1933, kännetecknar även *En morgon i varuhuset* från 1965. Uttrycket förstärks av Lasse Sandbergs illustrationer, som präglas av grafisk medvetenhet och en elegant, naiv förenkling, och som tydligt anknyter till hans övriga teckningsuppdrag som karikatyr- och reklamtecknare, stilistik som beskrivs av Kristin Hallberg som lustfyllt dekorativt (Hallberg, "Det moderna rummet" 73). De olika avdelningarna och varorna i varuhuset utformas detaljerat. I leken aktiveras byggnadens organisation och mekanik och barnen omringas av leksaker, vardagsföremål, lampor, porslin och mode, men även av radio- och tv-apparater, ofta illustrerade med hjälp av collagebilder hämtade från äldre varukataloger och annonser. Varuhuset skildras med hjälp av traditionell rumsgestaltning med fondväggar och golv som på varje uppslag skapar ett eget rum. Färgskalan är ljus och lätt. Rulltrapporna, hissarna och högtalarsystemet fungerar som modernitetssignaler, men rummet utgör inte enbart en scenisk fond utan blir grundläggande för den farsartade berättelsen där läsaren leds genom olika avdelningar.

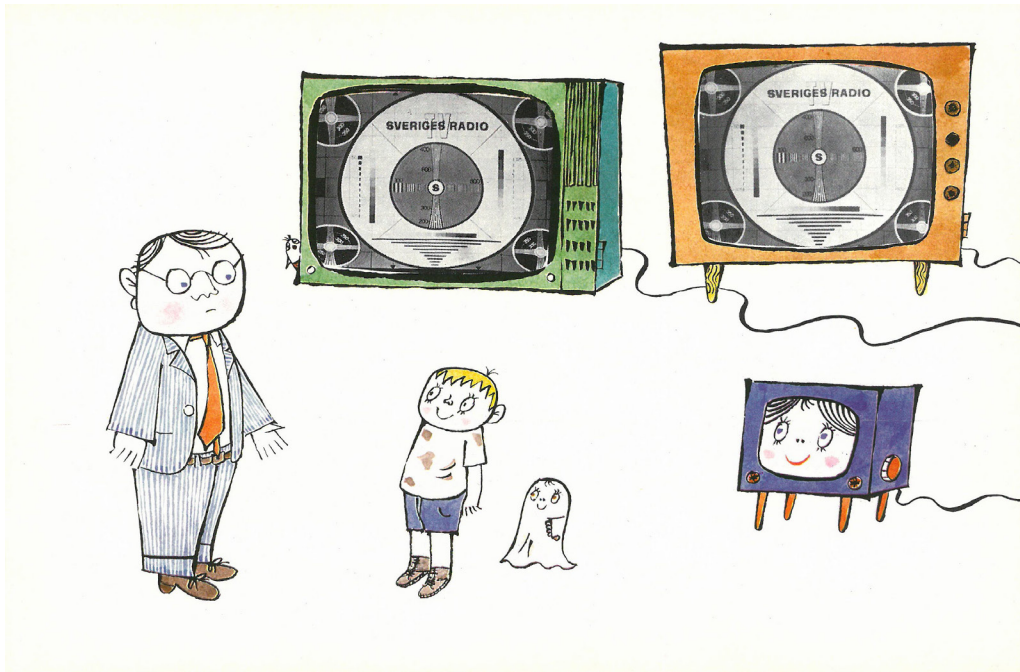


Bild 4. Gränserna mellan fiktiva karaktärer och produkter suddas ut i varuhusets leklandskap i Inger och Lasse Sandbergs *En morgon i varuhuset* (1965). ©Tre Sandberg AB

Istället för rebelliskt beteende och vårdslös hantering av varor, interagerar Sandbergs barnkaraktärer med varuhuset och dess produkter. De till och med *integreras* med dessa. Gränserna mellan fiktiva karaktärer, faktiska barn (inom fiktionen) och produkter suddas ut i detta leklandskap. Tydligast är denna tvetydighet i scenen där barnboks-karak-tären Lena gömmer sig inuti en TV och sammansmälter med tv-apparaten: hennes leende ansikte ersätter Sveriges Radios testbild (bild 4). Även den lilla gestalten Filuren göms på varje uppslag bland dekorationsföremål, leksaker och matvaror, ett grepp som aktiverar barnläsaren, och är vanligt hos paret Sandberg. Komiken som skapas i letandet efter barnboksfigurerna, där läsaren i uppslag efter uppslag hittar de sökta barnboksfigurerna innan den jäktade herr Karlsson, bygger på att barn- och vuxenperspektivet ställs i klar kontrast mot varandra, skriver Hallberg ("Det moderna rummet" 88). Att *En morgon i varuhuset* berättar om levandegjorda barnboks-karak-tärer vars fikcionalitet signaleras i berättelsen, kan ses som en variant av motivet med levandegjorda leksaker.

Trots att spänningen och frihetskänslan i *En morgon i varuhuset* bygger på att varuhuset ännu ej har öppnat för dagen, kännetecknas paret Sandbergs bilderbok inte av samma typ av främmandegöring som präglar Sigsgaards och Hellsings berättelser. Snarast skildras varuhusmiljön som vardaglig och trygg – även om förflyttningarna mellan varuhusets olika avdelningar och våningar fortfarande har en särskild tjuskraft. Att boken var ett beställningsverk av NK, kan möjligen vara en faktor som påverkat bokens attityder och innehåll. Publikationen kan ses som en del av barnbokssatsningar och temadagar som då och då ordnades på NK, bland annat kring Tove Janssons muminkaraktärer 1957 (Westin 296). Men det kan anmärkas att NK inför ett upptåg på varuhuset 1961 även gav ut Hellsings novell "Själv är bästa dräng" i serieformat med titeln *Det glada varuhuset*, illustrerad av Olle Eksell (Larsson 118–119). Serieutgåvan följer i huvudsak den ursprungliga berättelsens handling och skildrar exempelvis den våldsamma scenen på porslinsavdelningen liksom frosseriscenen på tårtavdelningen i detalj.

Det som däremot är kännetecknande för paret Sandbergs frosserimotiv i *En morgon i varuhuset*, är att det framför allt gestaltas visuellt och innefattar den spatiala upplevelsen av varuhuset, genom en obegränsad tillgång till varuhusets olika avdelningar och dess otaliga mängd produkter och leksaker. Genom att barnläsaren inkluderas i kurragömmaleken med hjälp av olika läsaraktiverande grepp, inkluderas läsaren också i högre grad i interaktionen som pågår mellan karaktärerna, leksakerna och den kommersiella miljön, som snarare än främmandegjord och drömlig kan beskrivas som lekfull och trygg. Den rebelliska attityden framträder också, om än nedtonat, genom ett mildt förlöjligande av den korpulenta herr Karlsson. En känsla av tillgänglighet och lustfylld frihet skapas genom Lasse Sandbergs rumsskildring som ger barnkaraktärerna och läsaren tillgång till varuhusets olika rum.

När Långa Farbrorn somnar på sängavdelningen, sträcks hans långa kropp ut över sju sängar (medan Lilla Anna och spöket Laban hoppar upp och ned i den åttonde sängen). Den resliga karaktären tar njutningsfullt över hela sängavdelningen men även hela det liggande bokuppslaget, en vinkning till en rad böcker om Lilla Anna, där just Långa Farbrorns längd är en återkommande komisk poäng, men också ett motiv som leker med bilderbokens fysiska storlek och boksidans dimensioner och begränsningar.

Barnet i maskinvärlden

I dessa barnlitterära konsumtionsskildringar bejakas de nya teknikerna och medierna med hjälp av det absurda eller farsartade men även genom en tematisering av barnet som med lätthet rör sig inom och navigerar i varuvärlden. Även i "Näppelunda", en annan kort berättelse i *Krakel Spektakel*, skildras frosseri, den här gången i tårtor, korvar, bakelser och småkakor. *Krakel Spektakel* berättar här om Ylva, som äter så mycket bakelser att hon kan rulla fram på gatorna tills hon glatt rullar ut ur staden Näppelunda. I slutet av berättelsen, som avslutas med att Ylva öppnar en korvkiosk där hon säljer korbakverk, meddelar *Krakel Spektakel* att han nu ska åka hem – för att åka hiss:

Tio våningar upp och tio våningar ner.

Sen tio våningar upp igen.

– Och vad ska du göra, när du är uppe, frågade Kusin Vitamin.

– Då ska jag åka ner igen, sa *Krakel Spektakel*. (Hellsing och Lindberg 10)

Den konstant pågående rörelsen och energin, som både initieras och kontrolleras av barnet, antyds alltså fortsätta även efter berättelsens slut – på sätt och vis är det här berättelsens höjdpunkt tar plats. I Poul Ströyers tolkning av motivet i den senare *Krakel Spektakel-boken* (1959) framställs hissen som en genomskärningsbild, fritt svävande i luften, och med den lugnt leende *Krakel Spektakel* med fingret tryckt mot hissknappen.

Liksom i de övriga berättelserna skildras barnet i full kontroll över färdmedlen och tekniken. Såväl rulltrapporna som hissåkandet skildras i dessa texter som någonting "svindlande", njutningsfullt och lockande. Lika frestande som frosseriet i bakelser, knäck, tårtor och choklad, utgör de färdmedel som ingår i varuhuset och storstaden en lockelse (bild 5).

Hos Hellsing får dock rörelsen överdrivna, absurda dimensioner, som i skildringen av den framrullande Ylva. Lena Kåreland konstaterar att Hellsings författarskap kännetecknas av en stark betoning på rörelse, akrobati, förflyttningar och resande (117). Särskilt intressant här är hennes iakttagelse om att vertikal, uppåtstigande rörelse ofta används, att "figurer och föremål lämnar fasta marken" (171). Detta bidrar enligt Kåreland till att många av Hellsings berättelser har ett ovanifrånperspektiv, "ett flygarens perspektiv". Det rör sig om "förflyttningar som hör hemma i en inbillningens fantasivärld, där realismens normer sätts ur spel", skriver Kåreland (172).



Bild 5. Krakel Spektakel åker hiss i Lennart Hellsing och Poul Ströyers *Krakel Spektakel-boken* (1959). ©Poul Ströyer

En annan variant av barnets interagerande med teknikerna och varorna är de konstant rörliga, föränderliga eller hybrida kropparna och varelserna. Den absurda och farsartade dramaturgin i såväl Hellsings som Sandbergs berättelser för tankarna till tidiga urbana skildringar av den mänskliga kroppen inom filmen – som i sin tur fick massivt genomslag i reklamen från 1930-talet och framåt – från Buster Keatons och Charlie Chaplins stumfilmer till bröderna Marx farser. Här används stadsmiljöer och inte minst varuhus återkommande som motiv som skildrar möten mellan individen och den moderna storstaden, och de tematiserar påfallande ofta den mänskliga kroppens relation till den moderna, mekaniska och tekniska omgivningen. Bland annat sker detta genom ryckig, rytmisk gestik

och kroppsspråk hos Chaplin eller virtuosa och akrobatiska rörelser och förflyttningar hos Keaton och Marx, något som inom filmforskningen har setts som undersökningar av den mänskliga kroppens relation till maskinvärlden (Gunning 6). Även hos Hellsing är den laddade relationen mellan kropp och den moderna, urbana omgivningen särskilt intressant. "För Hellsings gestalter handlar det om att ta världen i besittning", skriver Kåreland (172). Så sker även i de andra berättelserna, där barnkaraktärerna tar makten över sin omgivning och föremålen i den. Tekniken inte bara bejakas och förhålligas utan bemästras, förvandlas och förstörs, allt enligt lekens och drömmens logik.

Plats för drömmar

Den tidiga marknadsföringen av varuhus som en plats för frosseri, drömmar och teknik är utgångspunkten och möjligen också förutsättningen för de här diskuterade varuhusskildringarna. Förutom leksakerna och godsakerna blir varuhusets mekanik, kommunikationer och tekniska innovationer en oundgänglig del av varuhusupplevelsen som fungerar som en fond för farsartade händelser. Platsen i sig framställs alltså som en omistlig del av upplevelsen av frosseriet. Vad det är för önskedrömmar och lekvärldar som skildras, förändras endast i liten grad i dessa berättelser från fyra årtionden. Varornas pris nämns inte i några av dessa texter. Inte heller betalar barnen några av de varor eller godsaker som de konsumerar. Istället blir varuhuset ett slags Schlaraffenland i dessa böcker, en plats där man utan konsekvenser kan njuta av eller frossa i olika typer av frestelser och upplevelser.

Till skillnad från nutida diskussioner om barns konsumtion, som i Skandinavien präglas av ett övervägande kritiskt förhållande till många av konsumtionens uttryck och konsekvenser i samhället (Woolgar 33), menar jag att den framväxande kommersialismen och konsumtionen från 1920-talet och framåt framför allt skildras som en gynnsam och viktig del av samhällsutvecklingen. Att det, i de här undersökta böckerna, huvudsakligen handlar om positiva och njutningfulla skildringar av konsumtion är tydligt. Men det ska anmärkas att den öde leksaksavdelningen är bara ett av många motiv som berör barn och konsumtion från den undersökta perioden. När det gäller idéer och attityder kring konsumtion pekar flera forskare på ett konstant spänningsförhållande mellan rationalism och hedonism (Aléx 21; Husz 76). Båda dessa tendenser är framträdande även inom barnlitteraturen. Att leka affär, att få uppgiften att egenhän-

digta handla i matbutiken eller att planera julklappsinköp, är vanliga motiv i barnlitteraturen i mitten av 1900-talet, liksom i den omfattande utgivningen av barnböcker av olika företag och varumärken, allt från Volvo, Cloetta och Barnängen, till Mazetti eller Kooperativa förbundet (Druker 242). Men till skillnad från de här undersökta varuhusskildringarna som bygger på en hedonistisk attityd gentemot varuvärlden, fungerar dessa mer realistiska berättelser snarast som övningar i konsumtion, där barnet blir tilldelat en position som blivande konsument. Här kan även de långlivade exempelberättelserna "Spara och Slösa" av Birgitta Lilliehöök nämnas, serier som kom ut mellan 1926 och 1963. Flickors konsumtion och hushållning är ett motiv som är framträdande i flickboksgenren redan vid sekelskiftet men även i ungdomslitteraturen.⁶ Med hjälp av berättelser om flickors konsumtion, hushållning och sparande uppmuntrades ett ansvarstagande över den egna ekonomin. Varuhuset, som en av de urbana miljöerna i den nya tonårskulturen, kan också ses som ett semioffentligt rum, vilket rymmer möjligheter till gestaltningar av utveckling och identitetsfrågor, skriver Wistisen (91).

De varuhusskildringar som diskuteras i denna artikel skiljer sig från ungdomslitteraturens framställningar av varuhus som platser för identitetsskapande och mognad. I dessa böcker har den öde leksaksavdelningen snarast en maktgivande effekt, där det liminala och karnevalistiska lockar till omstörtande lekar och handlingar. De varianter av Schlaraffenland-motivet som diskuteras här, fylls delvis med ett nytt innehåll men öppnar också för kritiska och upproriska idéer, inte minst i Sigsgaard och Ungermanns *Palle alene i Verden* där frosseriet snarast används i motsatt syfte, där de obegränsade tillgångarna används för att peka på pengarnas och varornas saknad av värde, när de ryckts ur sina sammanhang. Samtidigt är det bejakandet av det moderna, de nya teknikerna och medierna som utgör själva essensen, rörelsen och livskraften i denna liminala värld, med porslinskrossande, hedonistiskt frossande, våldsamma krocker och flygplanskrascher. Parallellt med mer rationella ståndpunkter som uttrycks i många barnböcker från denna period ges det alltså även uttryck för motsatta tendenser, som snarast uttrycker antiauktoritära stämningar och en strävan efter att bejaka nya bilder, varor och upplevelser. Rulltrappornas rytmiska, konstanta rörelse och de upprepade förflyttningarna mellan varuhusets olika avdelningar, pekar på en fascination över vad tekniken och konsumtionen kan erbjuda för den moderna individen och leder till ett förhållande och levandegörande av byggnadens konstruktion och mekanik, liksom föremålen och aktörerna i den. "Elektricitet, så det gnistrar om det!"

ropar Krakel Spektakel när han drömmer om sitt elektricitetsverk. Hans vision sträcker sig långt bortom varuhuset och den stora staden, bortom jorden, ända till månen.

Biografisk information: Elina Druker är professor i litteraturvetenskap, särskilt barn- och ungdomslitteratur, och har främst forskat inom barnlitterär modernism och avantgarde samt bilderböcker. Hennes senaste antologier är Mångkulturell barn- och ungdomslitteratur. Analyser (2017) tillsammans med Maria Andersson samt Children's Literature and the Avant-Garde (2015) tillsammans med Bettina Kümmerling-Meibauer.

Litteratur

Aléx, Peder. *Den rationella konsumenten. KF som folkuppfostrare 1899–1939*. Diss., Umeå universitet. Stockholm, B. Östlings bokförlags Symposion, 1994.

Axell, Cecilia. *Barnlitteraturens tekniklandskap. En didaktisk vandring från Nils Holgersson till Pettson och Findus*. Diss., Linköpings universitet. Norrköping, Institutionen för samhälls- och välfärdsstudier, Linköpings universitet, 2015.

Benjamin, Walter. *Paris, 1800-talets huvudstad. Passagearbetet*. 2 uppl., Stockholm, Symposion, 1992.

Billow, Eva. *Resan till Stockholm*. Stockholm, Nordisk Rotogravyr, 1933.

Boëthius, Ulf. "Mot gryningen! Ungdom och modernitet i Alvar Zacks flygböcker". *Från flygdröm till swingscen. Ungdom och modernitet på 1930-talet*, redigerad av Ulf Boëthius och Mats Franzén, Lund, Arkiv, 1998, s. 58–111.

Brembeck, Helene, redaktör. *Det konsumerande barnet. Representationer av barn och konsumtion i svensk dags- och veckopress under 1900-talet med utgångspunkt i reklamannonser*. Göteborg, Etnologiska föreningen i Västsverige, 2001.

Christensen, Nina. *Den danske billedbog 1950–1999. Teori, analyse, historie*. Frederiksberg, Roskilde Universitetsforlag, 2003.

Cook, Daniel Thomas. *The Commodification of Childhood. The Children's Clothing Industry and the Rise of the Child Consumer*. Durham, Duke University Press, 2004.

- Dahl, Roald och Joseph Schindelman. *Charlie and the Chocolate Factory*. New York, Alfred A. Knopf, Inc. 1964.
- Druker, Elina. "Stages of Consumerism. Mass Advertising and Children's Literature in Early Twentieth-Century Sweden". *The Power of the In-Between. Intermediality as a Tool for Aesthetic Analysis and Critical Reflection*. Stockholm, Stockholm University Press, 2018, s. 239–260.
- Felski, Rita. *The Gender of Modernity*. Cambridge, Harvard University Press, 1995.
- Gunning, Tom. "Chaplin and the Body of Modernity". *The BFI Charles Chaplin Conference*, 2005, <http://chaplin.bfi.org.uk/programme/conference/pdf/tom-gunning.pdf>. Hämtad 6 oktober 2019.
- Hallberg, Kristin. "Bilderbokens barn – drömmens och verklighetens resenärer. Svenska bilderböcker 1880–1945". *I bilderbokens värld. 1880–1980*, redigerad av Kristin Hallberg och Boel Westin. Stockholm, Liber förlag, 1985, s. 11–54.
- . "Det moderna rummet. Inger och Lasse Sandbergs bilderböcker". *Vår moderna bilderbok*, redigerad av Vivi Edström, Stockholm, Rabén & Sjögren, 1991, s. 7–103.
- Hellsing, Lennart och Olle Eksell. *Det glada varuhuset*. Stockholm, Barnens bästa, 1961.
- Hellsing, Lennart och Stig Lindberg. *Kraker Spektakel*, Stockholm, Rabén & Sjögren, 1952.
- Hellsing, Lennart och Poul Ströyer. *Kraker Spektakel-boken*, Stockholm, Rabén & Sjögren, 1959.
- Husz, Orsi. *Drömmars värde. Varuhus och lotteri i svensk konsumtionskultur 1897–1939*. Diss., Stockholms universitet. Hedemora, Gidlund, 2004.
- Keiller, Kerstin. *Daddas och Olles äventyr*. Stockholm, Bonnier, 1939.
- Koskimies-Hellman, Anna-Maija. *Inre landskap i text och bild. Dröm, lek och fantasi i svenska och finska bilderböcker*. Diss., Åbo Akademi. Åbo, Åbo Akademi förlag, 2008.
- Kuznets, Lois Rostow. *When Toys Come Alive. Narratives of Animation, Metamorphosis, and Development*. New Haven, Yale University Press, 1994.
- Kåreland, Lena. *En sång för att leva bättre. Om Lennart Hellsings författarskap*. Stockholm, Rabén & Sjögren, 2002.

- Kästner, Erich och Walter Trier. *Der 35. Mai oder Konrad reitet in die Südsee*. Zürich, Atrium Verlag, 1931.
- Larsson, Nisse. *Hela Hellsing*. Stockholm, Rabén & Sjögren, 2004.
- Nikolajeva, Maria. "Schlaraffenland i modern tappning". *Läckergommarnas kungarrike. Om matens roll i barnlitteraturen*, redigerad av Ulla Bergstrand och Maria Nikolajeva, Stockholm, Centrum för barnkulturforskning, 1999, s. 183–194.
- Qvarsell, Roger. "Att sälja hälsa". *Reklam och hälsa. Levnadsideal, skönhet och hälsa i den svenska reklamens historia*, redigerad av Roger Qvarsell och Ulrika Torell, Stockholm, Carlsson, 2005, s. 9–29.
- Sandberg, Inger och Lasse Sandberg. *En morgon i varuhuset*, Stockholm, Nordiska kompaniet, 1965.
- Schön, Lennart. *En modern svensk ekonomisk historia. Tillväxt och omvandling under två sekel*. 3 uppl., SNS förlag, Stockholm, 2012.
- Sigsgaard, Jens och Arne Ungermann. *Palle alene i Verden*. Köpenhamn, Gyldendal, 1942.
- Simmel, Georg. *The Philosophy of Money*. 2, utök. uppl., London, Routledge, 1990.
- Stybe, Vibeke. *Från Snövit till Snobben. Barnbokens ursprung och utveckling*. Svensk bearbetning av Lars Furuland och Stefan Mählqvist, översatt av Stefan Mählqvist, Stockholm, Wahlström & Widstrand, 1970.
- Weber, Max. "Vetenskap och politik". *Tre klassiska texter*, av Auguste Comte, Émile Durkheim & Max Weber, Göteborg, Korpen, 1991.
- Westin, Boel. *Tove Jansson. Ord, bild, liv*. Stockholm, Bonnier, 2007
- Wistisen, Lydia. *Gångtunneln. Urbana erfarenheter i svensk ungdomslitteratur 1890–2010*. Diss., Stockholms universitet. Lund, ellerströms, 2017.
- Woolgar, Steve. "Ontological Child Consumption". *Situating Child Consumption. Rethinking Values and Notions of Children, Childhood and Consumption*, redigerad av Anna Sparrman et al., Lund, Nordic Academic Press, 2012, s. 33–52.
- Zelizer, Viviana A. Rotman. *Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children*. New York, Basic Books, 1985.

Noter

1 Exempelen på motivet med unga kvinnor som arbetar på varuhus, reklambyråer och kontor i staden är många i den svenska ungdomslitteraturen från denna period. Jag avgränsar mig emellertid i denna artikel till litteratur riktad till yngre läsare.

2 Brembeck tar varuhuset Ferdinand Lundquist, Meeths och Grand Bazar i Göteborg som exempel (74–77).

3 Gällande bilderböcker som inte är paginerade utelämnar jag sidhänvisningarna i mina citat.

4 Karlsons klister lanserades på 1920-talet, bland annat med hjälp av en känd reklamslogan samt filmade reklamkampanjer.

5 Önskelistor i såväl bild som i text är ett vanligt förekommande motiv under perioden, så exempelvis i Jens Sigsgaard och Arne Ungermans *Per och Lisa och Kalle Källe* (1946) och *Johans jul. Berättad av honom själv* (1947) av Eva von Zweigbergk och Birger Lundquist.

6 Bland annat frågan om rationell kontra hedonistisk konsumtion och hushållning undersöks av Maria Andersson i projektet "Rätt till röst? Mognad och medborgarskap i svenska flickböcker 1832–1921" (kommande).