

Tema:
Marknadens idéhistorier

Thematic Issue:
Histories of Market Thought

Inledning: Marknadens idéhistorier

JIM HAGSTRÖM, LIZA JAKOBSSON
OCH LEIF RUNEFELT

Idéhistoriker har under lång tid varit duktiga på att inte ta begrepp för givna som historiska konstanter, kanske är det till och med vår USP – vår unika *selling point*, för att använda ett samtida marknadens begrepp. Vi vet att begrepp är abstraktioner som skapas av människor, situerade i tid och rum, för att beskriva och samtidigt förstå och förändra sin samtid. Det här temablocket i *Lychnos* ägnas åt ett begrepp som länge tagits förgivet i den idéhistoriska forskningen: marknaden.

Under de senaste decennierna har forskningen om marknaden vuxit kraftigt inom en lång rad discipliner och fält bortom ekonomiämnena såväl i Sverige som internationellt.¹ Marknaden har blivit föremål för ett eget rikt och utpräglat samtida forskningsområde, Market Studies. Nyligen publicerades den agendasättande boken *Market Studies: Mapping, Theorizing and Impacting Market Action* (2025) som samlar forskare som på olika sätt utmanar en etablerad samhällsvetenskaplig idé om marknaden som ett lagbundet ahistoriskt fenomen.²

Inom svensk humaniora generellt och idéhistoria specifikt förblev marknaden länge en kontext, snarare än ett eget studieobjekt i sin egen rätt. Det saknas till exempel fram till i år, 2025, en marknadens begreppshistoria och ordet saknas i de flesta begreppshistoriska uppslagsverk. I det här numret vill vi fånga upp och uppmärksamma en pågående tendens vi ser inom den svenska idéhistoriska forskningen – marknadens resa från kontext till studieobjekt.³

Vad en marknad är, vad som kan sägas vara en marknad, och hur människor har betraktat marknadsrelaterade fenomen och frågor, är inte givet utan situerat i tid och rum. De texter som följer utforskar, inte bara hur idéer om marknader har styrt människors liv och tänkande på en mängd olika sätt utan, framför allt, den sociala konstruktionen av marknaden och dess olika delar. För även om marknaden figurerar i dagligt tal som ett

subjekt som reagerar starkt eller svagt, som en kraft utanför människan, visar bidragen i detta nummer hur idéer om vad marknaden är och hur den fungerar också styr och har styrt skapandet av samtida och historiska marknader. I det följande skriver forskare, verksamma inom såväl idéhistoria som inom närliggande discipliner, om hur idéer om marknaden gjorts produktiva i organiseringen av sociala och politiska relationer. De visar därmed också hur marknadens idéhistorier på samma sätt som ideologiernas, frihetens eller rättvisans idéhistorier i mycket är en politisk idéhistoria. Bidragen är studier av marknadens idéhistoria utifrån olika tematiska, kronologiska och analytiska infallsvinklar, och visar på vikten av att undersöka hur marknader, marknadssubjekt och varor har konstruerats och rekonstruerats över tid.

Henrik Björck, Claes Ohlsson och Shafqat Mumtaz Virk visar i sin inledande språksbrukshistoriska analys av hur begreppet marknad har förståtts och förändrats och framför allt använts över en hundraårsperiod då det svenska industrisamhället växte fram (1870–1970). Bidraget visar inte bara på rent konkreta empiriska och analytiska resultat utan är också ett exempel på hur det språkbrukshistoriska angreppssättet kan kombineras med korpuslingvistiska perspektiv för att analysera stora textmassor över lång tid utan att förlora djup.

Till skillnad från det långa begreppshistoriska perspektivet gör Victor Pressfeldt ett nedslag i en politisk tänkares introduktion av ett nytt marknadsbegrepp i Sverige under 1950- och 60-talen. Han studerar hur ekonomiprofessor Assar Lindbeck var en av de första att artikulera marknaden som inte främst en arena för utbyte utan en plats för konkurrens, disciplinering och subjektivering i Sverige. Pressfeldt nyanserar därmed synen på nyliberalismens framväxt och visar hur nyliberala idéer formulerades i en svensk socialdemokratisk kontext flera decennier innan den så kallade ”Marknadens tid”.

Detta angreppssätt kompletteras med studier av marknadens idéhistorier som fokuserar på specifika marknader. I sin studie om synen på marknaden i 1800-talets skogspolitiska debatter analyserar Malin Sternesjö hur mobiliseringen av vinstintresset och möjligheten att sälja timmer på en marknad ansågs viktiga för skogens framtid. Sternesjö visar hur marknadens roll som organiserande struktur förstods som ett sätt att lösa problemet med skogsbruket och trygga framtida behov av trä, men också att marknadens temporalitet krockade med varans – den långa produktionstid en skog trots allt har.

Marknaden som konstruerad, men samtidigt konstruerande av människors liv är också ett tema i Rasmus Fleischers text om etableringen av Sveriges levnadskostnadsindex på 1910-talet. Fleischer studerar samspelet mellan statistik och politik. Genom sin studie visar Fleischer hur tjänste-

män arbetade fram reformförslaget att höja lönerna i takt med levnadskostnadernas ökning istället för att sänka matpriserna. Med detta bidrar Fleischer med ny kunskap om tjänstemannaorganisering och om statistikens roll i den politiska offentligheten.

Levnadskostnadsindexet var konstruerat på idéer om framtida prisökningar och olika samhällsideal. Arvid Sjödens studie av shoppingcentret ”Shopping” i Luleå som öppnade år 1955, visar hur en fysisk marknadsplats gjordes till föremål för en tidstypisk social ingenjörskonst och belyser också hur marknadsplatser förståtts på olika sätt i olika tider, i detta fall som en kraft som behövde planeras och formas på specifika sätt för att fungera så effektivt som möjligt. Sjödin visar hur marknaden under en viss historisk tid förstods som socialt konstruerad också av de historiska aktörerna.

Relationen mellan det vardagliga livet och marknadsskapande processer kan förstås på många olika sätt. Charlotte Nilsson studerar vardagslivets finansialisering genom att fokusera på begreppet folkaktie. I sin studie visar hon hur begreppet under 1990-talet, till skillnad från 1960- och 1970-talen, kunde marknadsföras som ett partipolitiskt neutralt koncept med fokus på stolthet och tilltro till svensk industri. Med detta visar Nilsson hur äldre föreställningar om den svenska välfärdsstaten brukades under 90-talets ideologiska omsvängning och privatiseringsvåg.

I sin studie av konstmarknaden beskriver Tintin Hodén hur auktionshuset Bukowskis marknadsförde kvinnliga konstnärer i relation till en konsthistorisk kanon. Hodén analyserar Bukowskis marknadsföring och hur auktionshuset lyfter fram kvinnliga konstnärer som varit utanför den etablerade konsthistorien och därmed beskriver deras verk betydelse. Därmed betonade Bukowskis de kvinnliga konstnärernas konsthistoriska värde i stället för konstverkens ekonomiska värde. Hodén analyserar detta som ett sätt att skapa ett symboliskt värde för att sälja de kvinnliga konstnärernas verk.

Experters roll i att skapa marknader är också ett tema i Axel Vikströms text om den privatekonomiska rådgivningen och utvecklingen från budgetrådgivare på 1980-talet till börsexperten på 2010-talet. Vikström identifierar tre perioder av privatekonomis rådgivning: familjeekonomerna, privatekonomerna och sparekonomerna, då han studerar aktörerna och förändringen i den privatekonomiska rådgivningen. Vikström beskriver hur den ökade finansialiseringen av vardagslivet på 1990-talet förändrade både rådgivarens roll och hur denna tilltalade allmänheten. Därmed visar han hur experternas relation till allmänheten är föränderlig i bemärkelsen att både relationen förändras och att experterna inte heller är konstanta.

Med dessa bidrag vill vi inte bara bidra med fler idéhistoriska studier av marknaden, utan också etablera marknadens idéhistorier som ett själv-

klart studieobjekt för idéhistoriker. Bidragen visar hur studier av marknaden är fruktbara för att diskutera allmänna idéhistoriska frågor och vad vi som idéhistoriker kan bidra med till forskningen om marknader.

Avslutningsvis vill vi hävda att behovet att studera marknaden historiskt aldrig har varit större. Vi lever i samhällen präglade av en oerhörd mängd marknader men också av en samtida global sammanflätad marknad som påverkar alla människor på mycket olika sätt. Marknaderna kan vara abstrakta som äktenskapsmarknaden och arbetsmarknaden, eller konkreta som loppmarknaden och fiskmarknaden, de kan vara lokala, nationella eller globala, men oavsett vilket är de föränderliga över tid. Vi lever i en marknadens tid där det globala syd och det globala nord möts på samma platser men ändå i olika världar. Behovet av att studera marknaden idéhistoriskt, vilket den tidigare nämnda tendens av allt fler studier bör tas som ett bevis för, handlar alltså också om att förstå vår egen samtid och vidga vår förståelsehorisont; vi vill förstå vad som var självklart då för att också förstå vad som tas för givet i vår tid, som är marknadens tid.

Noter

1. Se till exempel tidigare idéhistorisk forskning som satt idéer om konsumtion, moral och ekonomi i centrum för sina studier: Peder Aléx, *Den rationella konsumenten: KF som folkuppfostrare 1899–1939* (Stockholm: Brutus Östlings bokförlag, 1994); Peder Aléx och Johan Söderberg (red.), *Förbjudna njutningar: Spår från konsumtionskulturens historia i Sverige* (Stockholm: Stockholms universitet, 2001); Leif Runefelt, *Hushållningens dygder: Affektlära, hushållningslära och ekonomiskt tänkande under svensk stormakts-tid* (Stockholm: Almqvist & Wiksell International, 2001); Orsi Husz, *Drömmars värde: varuhus och lotteri i svensk konsumtionskultur 1897–1939* (Hedemora, Gidlund: 2004).
2. Susi Geiger, Katy Mason, Neil Pollock, Philip Roscoe, Annmarie Ryan, Stefan Schwarzkopf och Pascale Trompette (red.), *Market Studies: Mapping, Theorizing and Impacting Market Action* (Cambridge: Cambridge University Press: 2025).
3. Se till exempel: Leif Runefelt, *Den magiska spegeln: Kvinnan och varan i pressens annonser 1870–1914* (Lund: Nordic Academic Press, 2019); bidragen i Jenny Andersson, Nikolas Glover, Orsi Husz och David Larsson Heidenblad (red.), *Marknadens tid: Mellan folkhems kapitalism och nyliberalism* (Lund: Nordic Academic Press, 2023); Charlotte Nilsson, ”Turning Students into Stock-Market Investors: The Role of Civil Society and Public Schools in Swedish Financialization, c. 1985–2010”, i *Enterprise and Society* 25, nr 4 (2024); Liza Jakobsson, *Hitta hem på marknaden: Den finansialiserade hemägarideologin i Sverige och Estland 1970–2007* (Huddinge: Södertörns högskola, 2024); Orsi Husz, *Bankminded: Banks as Intimate Agents of Everyday Life in Welfare State Sweden* (Cham: Palgrave Macmillan, 2025); Jenny Andersson. ”Neoliberalism from Within: The Business Fund and the Struggle for Market Ideology in Sweden”, *Contemporary European History* 34, nr 2 (2025).