

Ungdomslivets finansialisering

Skapandet av en aktiekultur för och av unga i Sverige,
1985–1994

DAVID LARSSON HEIDENBLAD

Lunds universitet och Oslo
Metropolitan University

CHARLOTTE NILSSON

Lunds universitet

I denna uppsats undersöks hur Aktiespararnas Riksförbund genom ungdomsmedlemsstidningar sökte väcka och fördjupa unga människors aktieintresse mellan 1985 och 1994. Analysen visar hur aktiesparande gick från att vara en av vuxenvärlden uppmuntrad hobby till att bli en av ungdomarna själva omfamnad livsstil. Särskilt betydelsefull var bearbetningen av den tidiga 1990-talskrisen och yuppieeran. I dess kölvatten växte en mer vardaglig aktiekultur fram med kunskap och långsiktighet som kärnvärden.

Under år 2020 nådde aktiesparandet i Sverige nya höjder. Antalet unika aktieägare ökade med 11 procent eller 241 578 människor, vilket är den största ökningen som i skrivande stund har uppmätts. Allra störst var tillströmningen i åldersgruppen 21–30, vilket ligger i linje med en längre historisk trend. Allt sedan finanskrisen 2007–2008 har andelen yngre

Artikeln har granskats av två externa lektörer enligt modellen *double blind peer review*.

Artikeln har genomförts inom ramarna för projekten "A Nation of Everyman Investors: Stock Saving and the Circulation of Financial Knowledge in Sweden 1978–2018" (finansierat av Handelsbankens forskningsstiftelser) och "Nyliberalism i Norden: Ett nytt historiskt forskningsfält" (finansierat av Riksbankens Jubileumsfond).

Författarna vill tacka Orsi Husz, Susanna Erlandsson och de två anonyma granskarna för värdefulla kommentarer på tidigare versioner av texten.

Charlotte Nilsson (f. 1983) är fil. dr i mediehistoria, verksam som forskare vid Ekonomisk-historiska institutionen vid Lunds universitet. Hennes senaste publikation är "The Development of Commercial Literacy: Mail-Order Catalogues and Their Use in Early Twentieth-Century Sweden" (2022).

E-post: charlotte.nilsson@ekh.lu.se

David Larsson Heidenblad (f. 1983) är docent i historia vid Lunds universitet och professor II vid Senter for profesjonsstudier, OsloMet. Bland hans aktuella publikationer finns "The Making of Everyman's Capitalism in Sweden", *Enterprise & Society* (2021, med Orsi Husz) och "Aktie-SM 1979" i *Bildningsboxen* (2022).

E-post: david.larsson_heidenblad@hist.lu.se

aktieägare ökat stadigt. I dag är omkring 30 procent av de svenska aktieägarna under 40 år.¹

Den yngre generationens aktieintresse märks genom en uppsjö av poddar, bloggar och handböcker som riktar sig direkt till unga. Intresset kanaliseras också via sociala medier som Twitter, TikTok och Instagram. På dessa plattformar återfinns etablerade organisationer och samhällsaktörer, men påfallande ofta är det unga aktieintresserade själva som startar och driver projekt med namn som "Miljonär innan 30" och "Kronan till miljonen". Det är uppenbart att många unga svenskar i dag ser aktieinvesteringar som en viktig, rolig och naturlig del av livet.

Historiskt sett har dock den svenska allmänheten – och i synnerhet ungdomar – haft svaga kopplingar till aktiemarknaden. Omkring 1980 skedde emellertid ett trendbrott. Aktiekurserna började stiga snabbt och detta under kraftigt växande handelsvolym. Stockholmsbörsens omsättning ökade från 1,9 miljarder kronor 1979 till 7,6 miljarder 1980. År 1983 var den uppe i 75 miljarder. Decenniets topp nåddes 1987 med 125 miljarder i omsättning. Stockholmsbörsens reala värde steg under 1980-talet med uppemot 500 procent och antalet registrerade aktieägare ökade från omkring 900 000 till 2,5 miljoner. Det tidiga 1990-talets bank- och finanskris kom förvisso att skaka om aktiemarknaden och sätta frågetecken kring utvecklingen. Men redan 1992 vände det uppåt igen och omsättningen kom under återstoden av 1990-talet att stiga brant. År 2000 omsattes på Stockholmsbörsen aktier för 4 455 miljarder.²

Tidigare forskning har lyft fram statens roll för aktiesparandets popularisering, exempelvis genom inrättandet av olika sparstimulanser samt avregleringen av finansmarknaderna. Båda dessa saker skedde under såväl borgerliga som socialdemokratiska regeringar. Vad gäller avregleringarna var det Socialdemokraterna som i mitten på 1980-talet tog täten.³ Forskningen på området har också uppmärksammat att affärspressen och en ny form av ekonomijournalistik flyttade fram sina positioner under 1980-talet, exempelvis genom omstöpnigen av *Dagens*

1. Euroclear, *Aktieägandet i Sverige 2020* (2021).

2. Ingemund Hägg (red.), *Stockholms fondbörs: Riskkapitalmarknad i omvandling* (Stockholm 1988); Mats Larsson (red.), *Stockholmsbörsen på en förändrad finansmarknad* (Stockholm 2016); Tom Petersson, "Det privata aktieägandet i Sverige", i Larsson (red.) (2016).

3. Alexis Stenfors, "The Swedish Financial System", *FESSUD studies* 13 (2014); Mats Larsson, "Stockholms fondbörs 1863–2013 – en översikt", i Larsson (red.) (2016) s. 32–39; Petersson (2016) s. 295–297.

industri till en daglig nyhetstidning och genom att börsbevakningen fick större utrymme i press och etermedier.⁴ Därtill genomfördes olika kampanjer för att popularisera aktiesparande, såsom tävlingen Aktie-SM.⁵ Forskningen har också pekat på intresseorganisationen Aktiespararnas Riksförbunds (fortsättningsvis Aktiespararna) betydelse och lyft fram förbundets snabba medlemstillväxt under 1980-talet.⁶

Vad organisationen praktiskt gjorde under dessa år har dock inte undersökts systematiskt. Den mest ingående studien av Aktiespararna, etnologen Fredrik Nilssons *Aktiesparandets förlovade land* från 2003, fokuserar i huvudsak på åren kring millennieskiftet. Ekonomihistorikern Tom Peterssons "Det privata aktieägandet i Sverige" pekar på att Aktiespararna från 1980-talet och framåt sökte nå och engagera nya grupper, såsom kvinnor och ungdomar, men vilka konkreta initiativ som togs har inte undersökts.⁷ Med denna uppsats vill vi ge ny kunskap om hur det gick till när aktiesparandet populariserades i Sverige genom att titta närmare på en avgörande del i Aktiespararnas arbete gentemot ungdomar från mitten av 1980-talet – dess ungdomsmedlemstidningar.

Redan 1978 började förbundet med ungdomsverksamhet under namnet Unga Aktiesparare.⁸ De första fem–sex åren var den emellertid småskalig med föreläsningar, diskussionskvällar och kurser i aktiekunskap som enbart tilldrog sig i Stockholm. Fram emot mitten av 1980-talet började verksamheten för unga att expandera. Lokala ungdomsavdelningar bildades i bland annat Göteborg, Halmstad, Norrköping och Umeå.⁹ De

4. Mats Lindqvist, *Is i magen: Om ekonomins kolonisering av vardagen* (Stockholm 2001); Maria Grafström, *The Development of Swedish Business Journalism: Historical Roots of an Organisational Field* (Uppsala 2006); Petersson (2016) s. 297–300; David Larsson Heidenblad, "Financial Knowledge: A Rich New Venture for Historians of Knowledge", i Johan Östling, David Larsson Heidenblad & Anna Nilsson Hammar (red.), *Forms of Knowledge: Developing the History of Knowledge* (Lund 2020).

5. Orsi Husz & David Larsson Heidenblad, "The Making of Everyman's Capitalism in Sweden: Micro-Infrastructures, Unlearning, and Moral Boundary Work", *Enterprise & Society* (2021).

6. Fredrik Nilsson, *Aktiesparandets förlovade land: Människors möte med aktiemarknaden* (Eslöv 2003); Petersson (2016); Larsson Heidenblad (2020).

7. Nilsson (2003); Petersson (2016).

8. Osign., "Verksamhetsberättelse för Sveriges Aktiesparares Riksförbund", *Aktiespararen* 12:3 (1978) s. 11; Birgit Malmenstam-Skytt, "Vi startar ungdomsverksamhet!", *Aktiespararen* 12:7 (1978) s. 9.

9. Osign., "Succépremiär i Göteborg för Unga Aktiesparare", *Aktiespararen* 18:2 (1984) s. 79; Karl Blomdahl, "Unga Aktiesparare i Halmstad", *Aktiespararen* 18:5 (1984) s. 95; osign., "Norrköping: Uppraktsträff för ungdomsavdelning", *Aktiespararen* 18:8 (1984) s. 77; osign., "Unga Aktiesparare i Umeå har fått god start", *Aktiespararen* 19:2 (1985) s. 66.

vid årsskiftet 1977–1978 cirka 100 medlemmarna under 25 år hade vid årsskiftet 1984–1985 ökat till 10 000.¹⁰ Förstärkningen av arbetet mot unga vid denna tidpunkt skedde också med centrala insatser. I augusti 1985 lanserades en särskild medlemstidning för ungdomar. För första gången i svensk historia skapades därmed en medieprodukt som riktade sig till unga aktieintresserade. Utöver medlemmarna kom ytterligare tusentals svenska tonåringar i kontakt med publikationen genom förbundets så kallade skolinformationsarbete. Att besöka gymnasieskolor runt om i Sverige för att föreläsa om aktiesparande var från 1986 en viktig del av Aktiespararnas ungdomsverksamhet och under exempelvis 1989 beräknade förbundet att deras representanter mött 15 000 gymnasieelever.¹¹ Den omfattande aktivitet som ägde rum både i lokalavdelningarna och ute på skolorna kommer inte att undersökas närmare i denna uppsats. Vi koncentrerar oss på ungdomsmedlemstidningarna som, genom att också ofta medtas på skolbesöken, nådde tiotusentals såväl läsande medlemmar och lokalt förbundsaktiva som nyfikna skolelever. Till skillnad från de lokala aktiviteterna utgjorde tidningarna ett nationellt samlande organ för aktieintresserade unga svenskar.

Vårt syfte är att kartlägga och analysera hur Aktiespararna genom sina ungdomsmedlemstidningar sökte väcka, fördjupa och bibehålla unga människors intresse för aktier. Startpunkten för vår studie är satt till 1985 då den första medlemstidningen för unga, *Aktiespararen Junior*, började ges ut. Slutpunkten är introduktionen av den nya medlems-tidningen *Stock Magazine* 1994. Undersökningsperioden är vald för att täcka in olika faser av aktiemarknadens utveckling: 1980-talets expansion, 1990-talets finanskris och den efterföljande återhämtningen. Därigenom kan vår studie belysa hur organisationen navigerade i en snabbt föränderlig omvärld.

Artikeln fokuserar på hur Aktiespararnas ungdomsverksamhet gestaltade och drev fram en aktiekultur för ungdomar i sina medlems-tidningar. Vi utgår från ett brett antropologiskt kulturbegrepp, där kultur avser beteendemönster, föreställningar och materiella uttryck som skapar ordning och sammanhang i människors liv. Det vardagliga, normaliserade och implicita intar en särskild position eftersom det är

10. Osign., "Ny ordförande i Unga Aktiesparare", *Aktiespararen* 16:3 s. 54; osign., "1984 nytt toppår för Aktiespararna – nu satsar vi på 1985!", *Aktiespararen* 18:12 (1984) s. 64–65.

11. Sveriges unga aktiesparares riksförbund, *Aktieboken* (Stockholm 1990) s. 64.



Bild 1. Framsidan till första numret av Aktiespararen Junior (nr 1 1985).



Bild 2. Framsidan till första numret av The All Time High (nr 1 1989).

i förgivtagna idéer och till synes banala praktiker som dominerande tankesystem upprätthålls.¹² Med aktiekultur avser vi följaktligen de beteendemönster, föreställningar och materiella uttryck som har bäring på människors förhållningssätt till aktiesparande. Genom att visa hur aktiesparande presenterades som en intressant, eftersträvansvärd och över tid alltmer naturlig del av unga människors liv bidrar vi med ny kunskap om aktiesparandets popularisering i Sverige. Resultatet säger inte enbart något viktigt om ungdomslivet utan också om vuxenlivet. De ungdomar som läste och producerade de aktuella tidningarna tillhör dagens yrkesarbetande, samhällsbärande generation.

Vår studie bygger på en granskning av såväl utseende som innehåll i Aktiespararnas ungdomsmedlemstidningar. Materialet har granskats i sin helhet även om enstaka artiklar, exempelvis bolagsanalyser, har lästs mer översiktligt. Utifrån tidningsanalysen har vi urskilt tre brytpunkter i förbundets sätt att tilltala och engagera unga människor: utgivningsstarten av en tidning för unga medlemmar 1985 (*Aktiespararen Junior*), övergången till en ny tidningstitel med förändrad profil och en redaktion bestående av unga medlemmar 1989 (*The All Time High*) samt

12. Raymond Williams, *The Long Revolution* (London 1961) s. 47; Billy Ehn & Orvar Löfgren, *Kulturanalyser* (Malmö 2001) s. 9.

Hela denna tidning är en artikel från Sveriges Unga Aktiesparare.

Må han vila i frid.

Uppi är ett av de mest kända namnen inom aktiesparandet. Det har varit med oss sedan 1985 och har under åren varit en viktig del av vårt liv. Uppi har hjälpt oss att förstå aktiesparandet och att ta tillvara på våra pengar. Uppi har varit en trygg och pålitlig partner för oss. Uppi har hjälpt oss att förstå aktiesparandet och att ta tillvara på våra pengar. Uppi har varit en trygg och pålitlig partner för oss.

Bättre utdelning!

AKTIEPROGRAMMET UPPI GER DIG FULL KONTROLL ÖVER DIN VÄRDEPÅRÖSTNING.

• Promalog Software •

Box 70, 400 21 Gårdsjö, SE-20087, 070 83 1300 (100 kr)

Bild 3. Annonser från Sveriges Unga Aktiesparare i Expressen den 2 mars 1994. Återgiven med benäget tillstånd av Erik Foseid.

Stock

M A G A Z I N E

STACKARS BO

Finansvalparnas återkomst

VARNING! Pluggen du bör undvika

Bild 4. Framsidan till första numret av Stock Magazine (nr 1 1994).

den lågintensiva omdaningen av medlemstidningens innehåll och framtoning under tidigt 1990-tal, vilket ledde till lanseringen av ännu en ny titel 1994 (*Stock Magazine*).

För att förstå mer om hur tidningarna gjordes och vad som låg bakom förändringarna över tid har vi genomfört fem semistrukturerade intervjuer med personer som var framträdande i tidningsarbetet och/eller förbundets ungdomsverksamhet under den aktuella perioden: Anders Haskel, Rolf Gabrielson, Fredrik Skytt, Patrik Anshelm och Pia Irell. För att täcka in erfarenheter av hela tioårsperioden gjordes urvalet med avseende på när de var som mest verksamma inom organisationen.¹³ Vid intervjuerna använde vi en guide med öppna frågor, där de intervjuade dels relativt fritt fick berätta om sina upplevelser av förbundsarbetet,

13. Anders Haskel (f. 1961) var ansvarig för Aktiespararnas ungdomsverksamhet nationellt från 1986, skrev i *Aktiespararen Junior* och författade utbildningsmaterial för Aktiespararna från 1988; Rolf Gabrielson (f. 1972) skrev i *Aktiespararen* från 1988, var redaktionsmedlem i *The All Time High* från 1989 och redaktionschef 1990–1993; Fredrik Skytt (f. 1965) var redaktionsmedlem i *The All Time High* 1989–1994 och genom det egna förlaget Alde & Skytt utgivare av *Aktieboken* 1990–2004; Patrik Anshelm (f. 1967) var engagerad i bildandet av ungdomsförbundet 1990, vikarierande redaktionschef för *The All Time High* 1992–1993, vd för Unga Aktiesparare 1992–1995 och författare till *Aktieboken* 1994–2016; Pia Irell (f. 1970) var lokalt aktiv i Trollhättans ungdomsavdelning under sent 1980-tal, nationellt ansvarig för aktiemästerskapet på Aktiespararna 1995 och vd för Unga Aktiesparare 1995–1998.

dels tillfrågades specifikt om sina erfarenheter i samband med de olika brytpunkterna. Intervjuerna varade mellan 30 och 60 minuter.

Den empiriska delen av vår undersökning är strukturerad utifrån de tre brytpunkterna vi urskilt. I varje avsnitt beskrivs vad som karaktäriserade tidningsarbetet vid den aktuella tidpunkten med avseende på organisationsförutsättningar och centrala aktörer, tidningens utseende och format, samt tidningens innehåll (framträdande teman, bärande idéer och läsartilltal). Innan vi går in på själva undersökningen ska vi ge en historisk bakgrundsteckning över det organiserade aktiesparandets utveckling i Sverige samt närmare presentera forskningen kring finansialisering av samhällsekonomi och vardagsliv. Artikeln avslutas med ett jämförande slutavsnitt där vi anger huvuddragen i förändringarna över tid.

Aktiesparandets organisering och popularisering i Sverige

Försöken att skapa en aktiekultur för unga på 1980- och 1990-talet griper in i en längre historia av organiserat aktiesparande. Startpunkten för detta var bildandet av Aktiespararna 1966. Förbundets ambition var att föra de små aktieägarnas talan gentemot börsbolag och politiker, men också att skapa ett socialt sammanhang för aktieintresserade. Två av initiativtagarna till förbundet var ekonomijournalisterna Carl Swartz från *Affärsvärlden* och Lars Ramklint på *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*. Blivande storföretagsledare som Gustaf Douglas och Sten K. Johnson innehade i perioder ledande positioner.

Verksamheten bedrevs genom möten i lokalavdelningar, återkommande företagsbesök, samt utgivning av medlemstidningen *Aktiespararen*. De första åren var organisationen liten, men medlemsantalet växte stadigt och i mitten på 1970-talet hade man omkring 10 000 medlemmar. På Aktiespararnas initiativ bildades 1976 stiftelsen Aktiefremjandet som med ekonomiskt stöd från det svenska näringslivet verkade för att popularisera aktiesparande och påverka politiker att uppmuntra enskilt aktieäggande.¹⁴

År 1978 införde den dåvarande borgerliga regeringen det så kallade Skattesparandet, vilket gav alla skattebetalare möjlighet att förmånligt avsätta en del av månadslönen i aktiefonder eller på ett räntekonto. Till en början var intresset för aktiealternativet svalt, men detta kom att

14. Stig Nordvall & Anna-Greta Sjölander, *30 år med aktiespararna: 1966–1996* (Stockholm 1996); Linda Vikström, *Aktiespararna 50 år 1966–2016: Människorna, affärerna, fajtarna, lärandet* (Stockholm 2016).

ändras i takt med att Stockholmsbörsen började stiga brant från hösten 1980. När den socialdemokratiska regeringen införde det snarlika systemet Allemanssparandet 1984 fick fondsparandet sitt första bredare genombrott i Sverige. Parallellt med detta växte en ny kommersiell finanspress fram, däribland *Privata affärer* (1978) och *Dina Pengar* (1981).¹⁵

Denna fas av aktiesparandets popularisering i Sverige skedde som en del av att samhällsdebatten och det politiska klimatet förändrades. Inom forskningen talar man om att en marknadsvänlig ”högervåg” under 1980-talet kom att ersätta de radikala ”vänstervindar” som blåst sedan sent 1960-tal. I händelsernas centrum stod förslaget att införa löntagarfonder.

Den grundläggande idén bakom detta förslag, ursprungligen lanserat på LO-kongressen 1975, var att en betydande procent av de börsnoterade företagens årliga vinster skulle överföras till kollektiva fonder. Dessa skulle kontrolleras av facket och användas för att köpa aktier i bolagen. På detta sätt skulle, inom ett par decennier, arbetarna få kontroll över företagen och en ekonomisk demokrati förverkligas. Det fackliga förslaget plockades motvilligt upp av Socialdemokraterna, men stötte på hårt motstånd från borgerligheten och näringslivet, i synnerhet SAF som orkestrerade en ideologisk motoffensiv.¹⁶

Aktiespararna spelade en central roll för fondmotståndet i Sverige. Genom förbundstidningen *Aktiespararen* sökte man kanalisera medlemmarnas engagemang. Därutöver stod organisationen bakom SIFO-undersökningar av hur svenska folket ansåg att företag skulle ägas. Dessa pekade på att löntagarfonderna inte var speciellt populära och att privat aktieäggande hade ett folkligt stöd. Aktiespararna satsade också aktivt på att värva nya medlemmar, starta lokalavdelningar, synas i massmedier, odla företagskontakter och attrahera nya grupper. Medlemstalet växte under 1980-talets första hälft mycket snabbt och i mitten av decenniet hade man närmare 100 000 medlemmar. I pressen talades det om att aktiesparande hade utvecklats till en ny folkrörelse.¹⁷

15. Maria Grafström (2006); Petersson (2016); Larsson Heidenblad (2020).

16. Kristina Boréus, *Högervåg: Nyliberalismen och kampen om språket i svensk debatt 1969–1989* (Stockholm 1994); Bo Stråth, *Mellan två fonder: LO och den svenska modellen* (Stockholm 1998); Ilja Viktorov, *Fordismens kris och löntagarfonder i Sverige* (Stockholm 2006); Kjell Östberg & Jenny Andersson, *Sveriges historia 1965–2012* (Stockholm 2013); Rikard Westerberg, *Socialists at the Gate: Swedish Business and the Defense of Free Enterprise, 1940–1985* (Stockholm 2020).

17. Uno Sköld, ”Aktiesparklubb bra för nybörjare”, *Svenska Dagbladet (SvD)* 17/3 1984; Sören Edgar, ”Sänd börsinformation i radio och TV”, *Göteborgs-Posten (GP)* 2/12 1984; Nordvall & Sjölander (1996); Vikström (2016).

Denna framgångsrika kanalisering av gräsrotsengagemang utmärkte Sverige. I de nordiska grannländerna fanns förvisso liknande organisationer, som Aksjesparereforeningen i Norge, Dansk Aktionærforening och Aktiespararförbundet i Finland. Alla dessa grundades på 1980-talet och ingen av dem uppnådde mer än något tusental medlemmar. Blickar vi mot Storbritannien och USA finner vi många olika initiativ att göra fler människor till aktieägare, men bakom dessa satsningar stod banker, politiska partier, näringslivsorganisationer och tankesmedjor.¹⁸ Aktiespararna var någonting delvis annat. Det fanns förvisso kopplingar till näringslivet och borgerliga politiker samt en ideologisk samsyn vad gällde fri företagsamhet. I kampen mot löntagarfonderna gjorde man gemensam sak. Men därutöver hade förbundet en livlig lokalverksamhet och sökte också värna småspararnas intressen gentemot storägare. Aktiespararna fick exempelvis stor uppmärksamhet 1979 när man motsatte sig Volvoledningens planer på att flytta stora delar av sin tillverkning till Norge.¹⁹

Finansialisering av samhällsekonomi och vardagsliv

Det som tecknats ovan skedde parallellt med att det västerländska ekonomiska samhällssystemet ömsade skinn, från industrikapitalism till finanskapitalism. Bakgrunden till denna omvandling var att det sena 1970-talet präglades av en ekonomisk strukturkris. Tillväxten var låg, inflationen tvåsiffrig och många etablerade näringsgrenar kämpade för sin överlevnad. I många västeuropeiska länder, dock inte i Sverige, växte arbetslösheten till höga nivåer. I samtiden talades det om det nya fenomenet ”stagflation”, det vill säga hög arbetslöshet i kombination med hög inflation. Från statligt håll gjordes kraftfulla stödsatser för att räddaindustrier och arbetstillfällena, även av de borgerliga svenska regeringarna 1976–1982. Men den strukturella krisen djupnade.²⁰

Nyliberala ekonomer som Friedrich Hayek och Milton Friedman menade att statliga ingripanden i marknadens gång var verkningslösa

18. Brooke Harrington, *Pop Finance: Investment Clubs and the New Investor Populism* (Princeton 2008); Janice Traflet, *A Nation of Small Shareholders: Marketing Wall Street after World War II* (Baltimore 2013); Amy Edwards, ”Manufacturing Capitalists: The Wider Share Ownership Council and the Problem of ‘Popular Capitalism’, 1958–92”, *Twentieth Century British History* 27:1 (2016).

19. Nordvall & Sjölander (1996); Nilsson (2003); Vikström (2016).

20. Viktorov (2006); Andersson & Östberg (2013); Lennart Schön, *En modern svensk ekonomisk historia: tillväxt och omvandling under två sekel* (Lund 2014).

eller rentav skadliga. 1970-talets strukturkris var, ansåg de, i själva verket en konsekvens av en missriktad statlig planeringsiver som klavband marknadskrafterna. Vägen framåt bestod i att avreglera, ta bort kreditrestriktioner, sänka kapitalskatter och genomföra privatiseringar av statliga företag. I början av 1980-talet började idéerna omsättas i praktisk handling av politiker som Margaret Thatcher i Storbritannien och Ronald Reagan i USA. Även i Sverige skedde stora förändringar. Den svenska kreditmarknaden började avregleras i mitten på 1980-talet och följdes på 1990-talet av att kronans växelkurs släpptes fri och att hinder togs bort för internationella kapitalrörelser.²¹

Inom historisk och samhällsvetenskaplig forskning har man sökt ringa in och analysera dessa genomgripande samhällsförändringar med begrepp som "marknadisering", "nyliberalisering" och "finansialisering".²² Det sistnämnda begreppet är av särskild vikt för oss även om det kan förstås och definieras på olika sätt, däribland som ett mått på hur stor del den finansiella sektorn är av samhällsekonomin som helhet. Sociologen Greta Krippner preciserar detta genom att fokusera på hur stor del av de vinster som görs i ekonomin som kommer av finansiella aktiviteter. Med utgångspunkt i amerikanska förhållanden pekar hon på finansialiseringen av ekonomin som ett oavsiktligt resultat av hur man från statligt håll hanterade kriser och problem i slutet på 1970-talet.²³

Vårt intresse för finansialisering rör sig dock på en mindre aggregerad nivå. Vi använder det i den tappning som utvecklats av forskare som Randy Martin, Rob Aitken och Paul Langley. De intresserar sig specifikt för "vardagslivets finansialisering", det vill säga hur finansiella marknader och finansiella praktiker, som aktiesparande och konsumtionskrediter, har blivit en allt större del av allt fler människors liv. Denna process hänger samman med att samhällsekonomin som helhet finansialiseras, men det analytiska intresset riktas mot hur detta går till på en vardaglig nivå. Forskningen på området har i huvudsak haft ett

21. Andersson & Östberg (2013); Mats Larsson & Gabriel Söderberg, *Finance and the Welfare State: Banking Developments and Regulatory Principles in Sweden, 1900–2015* (Cham 2017).

22. David Harvey, *A Brief History of Neoliberalism* (Oxford 2005); Philip Mirowski & Dieter Plehwe (red.), *The Road from Mont Pèlerin: The Making of the Neoliberal Thought Collective* (Cambridge 2009); Avner Offer & Gabriel Söderberg, *The Nobel Factor: The Prize in Economics, Social Democracy, and the Market Turn* (Princeton 2016); Ola Innset, *Markedsvendingen: Nyliberalismens historie i Norge* (Bergen 2020).

23. Greta Krippner, *Capitalizing on Crisis: The Political Origins of the Rise of Finance* (Cambridge 2011).

samtidsperspektiv och genom etnografiska metoder och diskursanalyser sökt förstå och förklara pågående processer.²⁴ För svenskt vidkommande har explicit historiska analyser av vardagslivets finansialisering gjorts av Orsi Husz. Hon har bland annat undersökt hur svenskar i allmänhet blev bankkunder på 1950-talet och hur de kommersiella bankerna därefter aktivt verkade för att skapa nya finansiella identiteter. Genom att utforska denna tidiga fas av finansialisering visar Husz att många av de förändringar som slog igenom på bred front under 1980- och 1990-talet hade grundlagts långt tidigare.²⁵

I en angloamerikansk kontext har flera forskare lyft fram avgörande kulturella skiften som främjat populariseringen av aktiesparande. Brooke Harrington framhåller aktiesparklubbarnas betydelse för amerikansk "pop finance" och pekar på uppkomsten av en ny investeringsklass från 1990-talet där bland annat kvinnor och unga ingår.²⁶ Också Adam Harmes berör ungdomar som en ny målgrupp när han beskriver etableringen av en "massinvesteringskultur" under 1900-talets två sista decennier. Intresse för, kunskap om och placeringar på aktiemarknaden gjordes då till en del av vardagen och avpolitiserades.²⁷ Han menar att en sådan naturaliserad investeringskultur i sin tur medförde – och ytterst syftade till – ett befästande av en hegemonisk ordning där vanliga människors ekonomiska övertygelser och mål sammanfaller med de finansiella marknadernas. Denna förändring har inte uppstått spontant, betonar Harmes. Förutom aktörer inom finanssektorn har otaliga tidningsartiklar och investeringshandböcker lyft värdet av kunskap om börsen. Max Haiven skildrar på liknande vis framväxten av "finansialiseringskulturer" genom finansiella uttryck och logikers alltmer framträdande position i populärkulturen.²⁸

24. Randy Martin, *Financialization of Daily Life* (Philadelphia 2002); Rob Aitken, *Performing Capital: Toward a Cultural Economy of Popular and Global Finance* (New York 2007); Paul Langley, *The Everyday Life of Global Finance: Saving and Borrowing in Anglo-America* (Oxford 2008); Erik Andersson, Oskar Broberg, Marcus Gianneschi & Bengt Larsson (red.), *Vardagslivets finansialisering* (Göteborg 2016); Daniel Fridman, *Freedom from Work: Embracing Financial Self-Help in the United States and Argentina* (Stanford 2017).

25. Orsi Husz, "From Wage Earners to Financial Consumers: Class and Financial Socialization in Sweden in the 1950s and 1960s", *Critiques Internationales* 69 (2015a); Orsi Husz, "Golden Everyday: Housewifely Consumerism and the Domestication of Banks in 1960s Sweden", *Le Mouvement Social* 250 (2015b); Husz & Larsson Heidenblad (2021).

26. Adam Harmes, "Mass Investment Culture", *New Left Review* (2001); Harrington (2008).
27. Harmes (2001). Se även Amy Edwards, *Are We Rich Yet? The Rise of Mass Investment Culture in Contemporary Britain* (Oakland 2022).

28. Max Haiven, *Cultures of Financialization: Fictitious Capital in Popular Culture and Everyday Life* (Basingstoke 2014).

För att förstå vardagslivets finansialisering i Sverige under sent 1900-tal behöver motsvarande kulturella processer i närhistorien undersökas; inte minst sådana som inriktade sig på att göra nya grupper till investerare. I sin studie av hur svenskar under åren kring 2000 slöt sig samman i aktiesparklubbar bygger Fredrik Nilsson vidare på etnologen Mats Lindqvists *Is i magen* (2001) som lyfter fram ekonomins, närmare bestämt aktiemarknadens, så kallade kolonisering av vardagen. Genom empiriska nedslag i TV-nyheterna, från 1968 till 1998, visar Lindqvist hur börsutvecklingen med tiden fått en självklar plats där.²⁹ Av särskild betydelse i sammanhanget är den stora pensionsreformen som genomfördes år 2000 (efter beslut 1994) genom vilken alla vuxna svenska medborgare blev fondsparare.³⁰ Därav följde att kraven på finansiell kunskap ökade. Pensionssparandet och de orangea kuverten gjorde, som språkforskaren Claes Ohlsson uttrycker det i sin avhandling *Folkets fonder?* (2007), att aktiesparande domesticerades.³¹ Vår undersökning bidrar med ny kunskap om denna process genom att peka på att ungdomslivets finansialisering genomgick olika faser och att det är först mot slutet av vår undersökningsperiod – alltså efter det tidiga 1990-talets finanskris – som en mer genomgripande finansialisering av vardagslivet kan skönjas.

Uppkomsten av Aktiespararen Junior 1985:

Unga medlemmar får en egen tidning

År 1985 började Aktiespararna att ge ut tidningen *Aktiespararen Junior* (fortsättningsvis *ASJ*). Året därpå anställdes Anders Haskel som ansvarig för verksamheten Unga Aktiesparare.³² Hans främsta uppgift var att stötta och utveckla de då femton lokala ungdomsavdelningarna samt att arbeta med skolinformation. Själv uttrycker han organisationens motiv till de nya ungdomssatsningarna just då med att man önskade "ta hand om ett intresse som man uppfattade fanns hos yngre människor, men också, givetvis, att popularisera aktiesparande".³³ Genom medlemstid-

29. Lindqvist (2001).

30. Urban Lundberg, *Juvelen i kronan: Socialdemokraterna och den allmänna pensionen* (Stockholm 2003); Urban Lundberg (red.), *Mellan folkbildning och fondrådgivning: Nya perspektiv på pensionssystemet* (Stockholm 2007).

31. Claes Ohlsson, *Folkets fonder? En textvetenskaplig studie av det svenska pensionssparandets domesticering* (Göteborg 2007). Se även Jane Petterson, *Governing Citizens in the Age of Financialization: A study of Swedish Financial Education* (Göteborg 2022).

32. Osign., "Nytt folk hos Aktiespararna", *Aktiespararen*, 20:8 (1986).

33. Intervju med Anders Haskel 10/2 2021.

ningarna kunde unga med börsintresse se att det fanns många andra med samma håg, vilket gav förutsättningar för en föreställd gemenskap.³⁴

År 1985 var cirka 8 000 ungdomar anslutna.³⁵ Drygt två år senare hade antalet stigit till 14 000.³⁶ Ännu var Aktiespararna ett sammanhållet förbund, men den som var mellan 16 och 25 år erbjöds ungdomsmedlemskap för en reducerad avgift. I medlemskapet ingick tidningen *ASJ* som även delades ut gratis vid skolbesök.³⁷ Ansvarig utgivare för tidningen var den drygt 50-åriga Stig Nordvall, dåvarande chefredaktör för *Aktiespararen* och medgrundare till förbundet 1966. *ASJ*:s chefredaktör Anders Pettersson samt ett så kallat ungdomsråd representerade en yngre generation.

ASJ var en färgpublikation i sedvanligt tidskriftsformat. Den påminde således om samtida barn- och ungdomstidningar som *Lyckoslanten* och *Kamratposten*. På framsidan av det första numret fanns fotbollslandslagets lagkapten och det korresponderande reportaget på tidningens mittuppslag hade rubriken: "Ingemar Erlandsson tror på blågult – även på börsen". Bildsättningen visade honom såväl på fotbollsplanen som i familjeföretaget, då med telefonen vid örat och omgiven av papper och pärmar (se bild 1).³⁸ Detta upplägg – porträttering av en sportstjärna med uttalat börs- och affärsintresse – återkom i princip genomgående under utgivningsperioden. Tennisspelaren Anders Järryd, dansaren Anneli Alhanko och ishockeyspelaren Anders Eldebrink var några av dem som följde.³⁹ Haskel bekräftar att det var en uttalad strategi att ha kändisar på framsidan som redaktionen uppfattade lockade unga.⁴⁰

Under *ASJ*:s utgivningsperiod fanns två tematiska röda trådar: kunskap och gemenskap. Tidningen förmedlade aktiekunskap till både gamla och nya medlemmar, samtidigt som individens ansvar att tillgodogöra

34. Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (London 1983/1991).

35. Osign., "Bli medlem du också", *ASJ* 1:1 (1985) s. 23.

36. Anders Haskel, "1987 ett framgångsrikt år för Unga Aktiesparare – nu går vi vidare!", *ASJ* 4:1 (1988) s. 22.

37. Intervju med Anders Haskel 10/2 2021.

38. Arne Larsson, "Ingemar Erlandsson tror på blågult – även på börsen", *ASJ* 1:1 (1985) s. 12–14.

39. Arne Larsson, "Anders Järryd, ambassadör för svensk industri", *ASJ* 1:2 (1985) s. 12–14; Jill Bederoff & Annika Johannesson, "Anneli Alhanko – vid sina drömmars mål", *ASJ* 2:1 (1986) s. 12–13; Mats Atterwall & Anders Pettersson, "Anders Eldebrink: Aktieklippen får vara – jag vill satsa långsiktigt", *ASJ* 3:1 (1987) s. 12–13.

40. Intervju med Anders Haskel 10/2 2021.

sig densamma inskräptes. Första numrets "Vad varje ung aktiesparare bör veta om aktier och börs" riktade sig till "den som aldrig köpt en aktie i hela sitt liv" genom att definiera grundläggande termer som aktie och emission men också berätta om var aktiehandeln skedde och hur en aktie köptes.⁴¹ I fortsättningen förekom sådana relativt fundamentala artiklar i mindre utsträckning än mer djuplodande genomgångar och analyser av aktiemarknaden och enskilda branscher eller företag. Nyttillkomna läsare kunde emellertid också möta artiklar som 1988 års "Aktiehandeln – så här fungerar den" som uttryckligen vände sig till den som nyligen blivit intresserad av aktier.⁴²

I tidningen tränades också läsaren i att förstå och uppskatta värdet av aktiekunskap. Mer eller mindre explicit underströks kopplingen mellan kunskap och avkastning i artiklar som "Kunskap – A och O för ett lönsamt aktiesparande" och "Så gör du lönsamma aktieaffärer: Skaffa rätt information – och lär dig tolka den rätt".⁴³ Redan i första numret anordnades tävlingen "Hur mycket vet du om aktier? Tippa och vinn!"⁴⁴ På ett lätttsamt sätt betonades även i sådana tävlingar att det var individens förmåga att skaffa och nyttja kunskap som var vägen till framgång.

Att kunskap om och intresse för aktier med fördel utvecklades tillsammans med likasinnade underströks exempelvis då *ASJ* i det första numret tipsade om att starta egen aktiesparklubb, men också genom de många arrangemang och resor för medlemmar som kungjordes i tidningen.⁴⁵ I 1987 års första nummer presenterades kommande lokala träffar, en genomförd höstfest för Stockholmsmedlemmarna under vinjetten "I vimlet", samt den planerade "OS-resan till Seoul 1988" som var tänkt att inkludera även besök på Hyundaivarvet i staden och på Hongkongbörsen.⁴⁶ Att skriva om dessa sociala tillställningar i tidningen var ett sätt att bjuda in de individuella medlemmarna att delta och därmed öka deras förbundsengagemang. Men också de många läsare som inte

41. Anders Pettersson, "Vad varje ung aktiesparare bör veta om aktier och börs", *ASJ* 1:1 (1985) s. 6–7.

42. Annika Johannesson, "Aktiehandeln – så här funkar den", *ASJ* 4:1 (1988) s. 14–15.

43. Anders Haskel, "Kunskap – A och O för ett lönsamt aktiesparande", *ASJ* 3:2 (1987) s. 22; Annika Johannesson, "Så gör du lönsamma aktieaffärer: Skaffa rätt information – och lär dig tolka den rätt", *ASJ* 2:1 (1986) s. 20–21.

44. Osign., "Hur mycket vet du om aktier? Tippa och vinn!", *ASJ* 1:1 (1985) s. 22.

45. Mats Atterwall, "Starta aktiesparklubb tillsammans med dina vänner – så här går det till!", *ASJ* 1:1 (1985) s. 16–17.

46. Osign., "Det händer lokalt", "Höstfesten!", "OS-resan till Seoul 1988", *ASJ* 3:1 (1987) s. 20–21, 23.

deltog i fysiska arrangemang utgjorde en publik som kunde bevittna hur andra unga medlemmar gemensamt alstrade inte bara nya aktiekunskaper och ökat börsintresse utan även givande sociala relationer och roliga, ibland spektakulära, upplevelser. I det påföljande numret fångades just denna sociala inskolning upp då den nya chefredaktören, Annika Johannesson, presenterade numrets övergripande tema "Gemenskap och kunskap". Bland annat innehöll numret reportage om fyra medlemmars aktiesparklubb i Jönköping och om den nya tävlingen "Skolmästerskap i aktieplacering med riktiga pengar" där skollag bestående av tre till tio elever från samma klass kunde delta.⁴⁷

Som ungdomsmedlem – och därmed tidningsprenumerant – var *ASJ*-läsaren en del av en möjlig föreställd gemenskap av aktieintresserade unga redan när tidningen landade i brevlådan, men samhörighets- och identifikationsupplevelsen kunde förstärkas också på andra vis. Ett återkommande inslag i *ASJ* var uppslag med medlemsenkäter under rubriker som "Därför är vi med i Unga Aktiesparare", "Så började det – mitt livs första aktieaffär" och "Så skulle jag satsa 10 000 kr".⁴⁸ Ett knappt tiotal medlemmar figurerade med foto, namn, ålder, sysselsättning och bostadsort. Trots den manliga dominansen i medlemsregistren, tillfrågades alltid både män och kvinnor. Därtill fanns tydlig spridning i fråga om åldrar (inom medlemsspannet) och bostadsort (med viss överrepresentation för Stockholm) vilket gav förutsättningar för den enskilde tidningsläsaren att hitta någon att identifiera sig med. Vidare redogjorde varje nummer för lokalavdelningarnas kontaktpersoner och kommande aktiviteter. Att lokalavdelningarna blev allt fler – från 15 vid tidningsutgivningens början till 32 tre år senare – berättade inte bara om ett framgångsrikt förbund och en växande nationell gemenskap utan också om organisationens och andra medlemmars närhet och tillgänglighet.

ASJ var inte enbart en delad gemenskap utan även en länk vidare. I tidningen fanns många annonser för produkter och tjänster som skulle öka möjligheterna att göra lönsamma aktieaffärer. De var i allmänhet medielösningar av olika slag. Det andra numret 1985 innehöll bland an-

47. Annika Johannesson, "A-Invest delar på kunskap, information, risker och kapital", *ASJ* 3:2 (1987) s. 8–9; Osign., "Skolmästerskap i aktieplacering med riktiga pengar!", *ASJ* 3:2 (1987) s. 6

48. Osign., "Därför är vi med i Unga Aktiesparare", *ASJ* 1:1 (1985) s. 4–5; Osign., "Så började det – mitt livs första aktieaffär", *ASJ* 1:2 (1985) s. 4–5; Osign., "Så skulle jag satsa 10 000 kr", *ASJ* 2:2 (1986) s. 4–5.

nat annonser för fickuppslagsboken Börsbarometern, månadssparprogrammet Aktieinvest, telefontjänsten Börstel och multimedielösningen Aktievisionen (delägt av Aktiespararna).⁴⁹ Aktievisionen var ett abonnemang på börsinformation med ett text-TV-liknande gränssnitt, som krävde en del investeringar i teknik och pengar: "En mikrodator, en TV och en telefon, det är i stort sett allt du behöver" slog annonsen fast, men därutöver tillkom inträdesavgift, kvartalsavgift och avgifter för varje visad bild och varje minut som tjänsten var i bruk.⁵⁰ Andra annonser sökte inte sälja något i direkt bemärkelse, men styrde läsaren mot andra aktörer i samhället som kunde ge vidare insikter och gemenskap, som radioprogrammet Ekonomi-ekot i P1, stiftelsen Aktiefrämjandet och den privata utbildningsaktören Pählmans handelsinstitut.⁵¹ Därigenom fick *ASJ*-läsaren en förbindelse med en större värld där kunskap och sociala sammanhang som kretsade kring aktiemarknad och näringsliv flödade.

Omprofileringen till The All Time High 1989:

Finansbransch och framgång i fokus

Omvandlingen från *ASJ* till *The All Time High* (fortsättningsvis *TATH*) 1989 var nästa brytpunkt i organisationens försök att tilltala och engagera aktieintresserade ungdomar. Medlemstidningen blev inte bara en publikation för unga utan gjordes även av dem. En grupp medlemmar, huvudsakligen män i 20-årsåldern boende i Stockholm, gavs möjlighet att utforma en ny tidning för förbundets unga medlemmar. I spetsen stod den nyanställda ungdomskonsulenten Michael Söderström, som också blev tidningens chefredaktör. Ambitionen att göra en ännu mer tilltalande och aktuell ungdomstidning resulterade i *TATH* som kom ut för första gången i mars 1989 och som på avgörande punkter skilde sig från *ASJ*. Det mest slående var introduktionen av ett begrepp som i princip inte alls hade förekommit i *ASJ*, men som nu fick en helt central plats – finans. I egenskap av medlemstidning fanns ännu det implicita erbjudandet om en föreställd gemenskap med andra unga läsare, men i *TATH* framträdde den unga individens strävan mot en lyckosam yrkesbana, inom bank- och finansvärlden, och tillhörande välbeställda livsstil avsevärt tydligare än tidigare.

49. Annonser, *ASJ* 1:2 (1985) s. 3, 5, 8, 11.

50. Annonser, *ASJ* 1:2 (1985) s. 8.

51. Annonser, *ASJ* 1:2 (1985) s. 15; Annonser, *ASJ* 3:2 (1987) s. 5.

TATH var svartvit, tryckt på dagstidningspapper och i tabloidformat. Det var ett radikalt annorlunda utseende än den veckotidningsliknande, färgglada *ASJ*. Undertiteln var "Sveriges första och enda finan­stidning för ungdomar". På första numrets framsida fanns Jan Stenbeck i vit skjorta och slips, med seriös uppsyn och blicken riktad mot läsaren. En exklusiv "under skjortan-intervju" med affärsmannen utlovades (se bild 2).⁵² Formatet beskrivs av Rolf Gabrielson, tidningens analysansvariga och sedermera redaktionschef, som väldigt medvetet i sin ansats att likna en internationell finan­stidning.⁵³ Denna till synes mogna målsättning kontrasterades mot ett språk och tilltal som inledningsvis var lekfullt, outvecklat, närmast amatörmässigt. I första numret introducerades den då femhövdade redaktionen med foton och presentationstexter. En av redaktionsmedlemmarna syntes tala i telefon i kontorsmiljö, men i övrigt visade fotona dem som privatpersoner. En var festklädd och en annan gjorde en uppenbart ironisk min till kameran. Texterna präglades av ett humoristiskt, internt tonfall: "Anders Ottosson, han skriver (försöker ialla fall) repotage [sic]" och "Fredrik [Skytt] studerar (det undrar vi allt, inga resultat ännu!) på universitetet".⁵⁴

Såväl stavning som grafisk design var i särskilt det allra första numret bristfällig – något som bland annat renderade syrliga kommentarer i *Dagens Nyheter*.⁵⁵ I kommande nummer blev både text och formgivning alltmer välredigerad, men övergången från *ASJ* till *TATH* var utan tvekan dramatisk vad gäller tidningarnas uttryck. Tillsammans med de skämtsamma formuleringarna framstår *TATH*:s första utgivningsår som en experimentverkstad – en kul prova på-grej för några visserligen entusiastiska men oerfarna ungdomar. En av de ursprungliga redaktionsmedlemmarna, Fredrik Skytt, berättar att det varken tillskötts pengar eller erfarenheter från förbundet i samband med tidningsomstöpning­en. Inledningsvis gjordes tidningen i källaren på en av de lokalt aktiva medlemmarnas arbetsplats.⁵⁶ Det närmast obefintliga stödet är signifi­kativt. Det bedömdes uppenbarligen viktigare att tillhandahålla denna fria plattform för unga förbundsaktiva att utforma sin egen tidning

52. *TATH* 1:1 (1989) s. 1.

53. Intervju med Rolf Gabrielson 5/2 2021.

54. Osign., "Redaktionen", *TATH* 1:1 (1989) s. 3.

55. Kolumnen Tysta Mari, "Jan Stenbeck – ömmar för kidsen", *Dagens Nyheter (DN)* 2/4 1989.

56. Intervju med Fredrik Skytt 8/2 2021.

än att fortsätta med den mer professionellt producerade *ASJ*.

Den erfarenhet av att göra tidning som redaktionen saknade vägdes upp av ett starkt intresse för, och kunnande om, börsen och näringslivet. Ambitionen att erbjuda både underhållande och bildande läsning fastslogs i *TATH*:s premiärnummer, där också ungdomssektionens övergripande syfte beskrevs som att öka kunskaperna bland den aktiesparande allmänheten samt att "ta tillvara och väcka intresse för aktier, börsen och dess roll i samhället".⁵⁷ Skytt, som liksom de flesta andra av tidningsmedarbetarna läste ekonomi på universitetet, beskriver hur det sena 1980-talet från hans horisont utmärktes av att "alla pratade om aktier, allt handlade om det, men man fick inte lära sig något".⁵⁸ Ingående företagsanalyser varvades med texter som förklarade grunderna i aktiekunskap. De sistnämnda var i själva verket mycket lika *ASJ*:s motsvarande artiklar, men i *TATH* benämndes det återkommande inslaget "Finansskola". Exempelvis påminde första numrets "Vad är en aktie för något" starkt i både kunskapsnivå och utformning om den ovan nämnda "Vad varje ung aktiesparare bör veta om aktier och börs" i *ASJ*:s första nummer.⁵⁹

Engagemanget i affärsvärlden tog sig också uttryck i att framgångsrika företagsledare intervjuades och lyftes fram som inspirerande förebilder. Gabrielson minns att Söderström inför tidningsuppstarten "ringde och ringde Stenbecks sekreterare tills han fick ja".⁶⁰ Medan *ASJ* ofta hade artiklar som synliggjorde förbundsmedlemmarna för varandra var sådana inslag ovanliga i den tidiga *TATH*. Den generiska bildsättningen visade börsmäklare mitt uppe i hektisk aktiehandel. Kändisreportagen med unga idrottsstjärnor var utbytta mot intervjuer med medelålders affärsmän.⁶¹ Intervjuerna lyfte fram hur de levde med avseende på familjeliv och bostadsort. I Stenbecks fall beskrevs i presentationsrutans första mening att han var familjefar med fru och fyra barn, bosatt i New York. Snarlika formuleringar förekom i övriga intervjuer – samtliga var gifta, hade flera barn och bodde i välbärgade områden i eller nära Stock-

57. Osign., "Sveriges unga aktiesparare", *TATH* 1:1 (1989) s. 2.

58. Intervju med Fredrik Skytt 8/2 2021.

59. Krister Leimola, "Vad är en aktie för något?", *TATH* 1:1 (1989) s. 5.

60. Intervju med Rolf Gabrielson 5/2 2021.

61. Mikael Söderström, Rolf Gabrielson & Anders Ottosson, "Anders G. Carlberg: En riktig krutgubbe", *TATH* 1:2 (1989) s. 8–9; Mikael Söderström & Rolf Gabrielson, "Rune Barnéus mot väggen", *TATH* 1:3 (1989) s. 8–9, 13.

holm. Det var alltså inte bara en särskild profession som framställdes som lyckosam och eftersträvansvärd, utan också en sammanhängande livsstil som handlade om traditionell familjebildning och bosättning i områden med hög status. I *ASJ*:s enkäter där medlemmar tillfrågades om sina åsikter om och erfarenheter av aktiesparande fanns också en strävan efter spridning med avseende på ålder, kön och bostadsort som var helt frånvarande i *TATH*. I den nya tidningen var det unga (nästan uteslutande) män som skrev om något äldre män.

Att skildra finansbransch och näringsliv från ungdomars horisont var utmärkande för tidningsutgivningen. Det närmast beundrande intresset för framgångsrika affärsmän bröts av mot en självständig, stundom rebellisk, ton gentemot vuxenvärlden, inklusive den egna organisationens äldre medlemmar: "Vi smög oss in på AS [Aktiespararnas] kongress på Berns. Med bandspelaren i högsta hugg och en bildad fotograf gick vi till attack mot eliten i svenskt näringsliv".⁶² *TATH* uttryckte också avsikten att tydligare än sin föregångare ta ställning i "den ekonomiska debatten" – något som syntes främst genom kritiska inlägg om svensk skattepolitik men också i texter som angrep börsens insideraffärer.⁶³ Under det första utgivningsåret meddelades förbundsnyheter under vinjetten Den Nya Livsstilen. Här beskrevs också genomförda och kommande medlemsaktiviteter. Texterna åtföljdes av foton på glada, festklädda ungdomar eller på aktiviteter som vindsurfing och segling. Därtill sågs kostymklädda förbundsaktiva i telefon eller vid konferensbord.⁶⁴ Begreppet i sig, Den Nya Livsstilen, utvecklades eller definierades aldrig. Gabrielson beskriver det i första hand som ett marknadsföringskoncept. Det var inte preciserat ens tidningsmedarbetarna emellan, utan främst ett sätt att svara mot tidsandan ("yuppiegrejen flödade fortfarande runt oss") i strävan att locka fler ungdomar.⁶⁵ Men att benämna förbundets aktiviteter som en livsstil, och därtill som en ny sådan, var betydelsebärande. I kontexten av en ungdomstidning tolkade läsaren det rimligen som att det var just de unga aktieintresserade som skulle inneha denna nya livsstil. Detta

62. Mikael Söderström, "Läs i detta nummer om...", *TATH* 1:2 (1989) s. 2.

63. Fredrik Skytt, "Unga aktiesparare på offensiven!!!", *TATH* 1:1 (1989) s. 7; Michael Söderström, "Tar politikerna död på börsen?", *TATH* 1:2 (1989) s. 13; Michael Söderström, "Insiderproblemet en förtroendefråga!", *TATH* 1:3 (1989) s. 14.

64. Osign., "Den nya livsstilen", *TATH* 1:2 (1989) s. 4; Osign., "Den nya livsstilen", *TATH* 1:3 (1989) s. 4.

65. Intervju med Rolf Gabrielson 5/2 2021.

tydliggjordes i 1989 års sista nummer som presenterade ungdomssektionens avsikt att bryta sig loss från moderorganisationen vid årsskiftet under rubriken "Nytt ungdomsförbund planeras: Den Nya Livsstilen".⁶⁶

Med omstöpningen från *ASJ* till *TATH* breddades Unga Aktiesparares konceptuella fokus från aktier som spännande hobby till finansvärlden som attraktivt yrkesområde. Redan i första numret påbörjades en artikelserie om alternativa placeringar, främst konst, vilket visar att redaktionen ville förmedla ett sätt att tänka på pengar och investeringar som sträckte sig bortom aktier.⁶⁷ Den unga aktiekultur med finansvärlden i centrum som förbundet skildrade runt decennieskiftet 1990 skulle dock snart komma att utvecklas i ljuset av händelserna under tidigt 1990-tal.

Mot lanseringen av Stock Magazine 1994:

Var dag, kunskap och långsiktighet i 90-talskrisens skugga

Utifrån motivationen att öka sin handlingsfrihet bildade ungdomssektionen i början av 1990 Sveriges Unga Aktiesparares Riksförbund (fortsättningsvis UA). I årets första nummer av *TATH* beskrevs lokalverksamheterna som det nya ungdomsförbundets viktigaste del, men den kommande våren innebar även en "storsatsning på landets gymnasieskolor" genom ett stort antal nyutbildade skolinformatörer.⁶⁸ Ny ordförande var Jonas Ramnek som i tidningsintervjuer underströk hur verksamhetsinriktningen handlade om kunskapsspridning, långsiktigt tänkande och ett aktiesparande för alla.⁶⁹ De närmaste åren skulle svensk ekonomi komma att präglas av en bank- och finanskris i vilken dessa ledord framträdde som allt centralare för förbundet i försöken att distansera sig från yuppieeran, återuppbygga förtroendet för börs och näringsliv samt betona individens eget ansvar för sin ekonomi.

Redan *TATH* anno 1990 skiljde sig mot tidningen ett år tidigare. Dels hade formgivning och språkbehandling förbättrats avsevärt, dels var begreppet finans mindre synligt. Konceptet Den Nya Livsstilen förekom ännu sporadiskt, men det hade en betydligt mer nedtonad position

66. Osign., "Nytt ungdomsförbund planeras: Den Nya Livsstilen", *TATH* 1:4 (1989) s. 4–5.

67. Barbara Stoucken & Lilly Hallberg, "Inget konstigt med konst", *TATH* 1:1 (1989) s. 6.

68. Osign., "Sveriges unga aktiesparare", *TATH* 2:1 (1990) s. 4.

69. Anders Jörle, "Unga aktiesparare får ny organisation", *GP* 1/2 1990; Pia Bäckström, "Unga aktiesparare bryter sig loss: Inte ute efter klipp", *Dagens Industri* 7/2 1990; Ulrica Johansson, "14 000 unga klipper till", *Aftonbladet* 22/2 1990.

än det nya förbundets devis: "Information, kunskap, insikt"⁷⁰ Michael Söderström var fortsatt chefredaktör för *TATH*, medan Rolf Gabrielson under 1990 klev upp som redaktionschef. På höstnumrets ledarsida adresserade Söderström svensk skolutbildnings brister under rubriken "Kunskap är makt", där uppmaningar till ungdomar att ta ansvar för sin egen allmänna kunskapsinhämtning blandades med påpekanden om aktiesparandets fördelar för både plånbok och bildning:

Intressera dig för nyheter, följ med i dagspressen, ställ krav på utbildningen och ta egna initiativ i skolan. Det finns mycket att tjäna, både kunskap och pengar. Ett sätt är att spara i aktier som är mycket allmänbildande där varje individ lär sig söka och tolka information från omvärlden. Den här typen av självskolning ingår inte i läroplanen, men varje student kan tillvarata chansen genom att intressera sig för aktier.⁷¹

Aktiesparandet skildrades här som i sig kunskapsvidgande. Förvärvandet av kunskap och pengar (och i förlängningen makt, enligt artikelrubriken) beskrevs som sammanflätat och det var upp till den enskilda ungdomen att anskaffa dessa resurser. Ovanför Söderströms ledartext skrev Gabrielson om det svajiga börsåret 1990 med rubriceringen: "Börsen går alltid upp på lång sikt". Efter ett resonemang om att sommarens 18-procentiga generalindexnedgång visserligen var skakande men att sådana fluktuationer som regel tedde sig marginella i ett flerårsperspektiv, landade han i att det främsta sättet att gardera sig mot börsens nedgångar var att hålla sig uppdaterad på information om bolagen, vilket inte minst gjordes genom förbundsmedlemskapet.⁷²

Förändringarna i tidningens produktion, tilltal och innehåll skedde alltså parallellt med det tidiga 1990-talets ekonomiska kris. Redan under 1990 föll Stockholmsbörsen brant och åren därpå fanns en betydande osäkerhet kring hela det finansiella systemet.⁷³ I ljuset av detta kan

70. Se t.ex. första numret efter förbunds bildningen där Den Nya Livsstilen endast syntes i en mindre ruta längst ned på ledarsidan där medlemmar uppmanades att höra av sig om de ville starta lokalverksamhet, samtidigt som de tre orden information, kunskap och insikt – i versaler och med var sitt utropstecken – fyllde nästan en hel tidningssida ovanför en kupong om att bli medlem (Osign., "Finns inte Den Nya Livsstilen på din ort?", *TATH* 2:1 (1990) s. 4; Osign., "Information! Kunskap! Insikt!", *TATH* 1:1 (1990) s. 7.

71. Michael Söderström, "Kunskap är makt", *TATH* 2:3 (1990) s. 2.

72. Rolf Gabrielson, "Börsen går alltid upp på lång sikt", *TATH* 2:3 (1990) s. 2.

73. Mats Larsson & Mikael Lönnborg, *Finanskriser i Sverige* (Lund 2014) s. 125.

TATH:s fortsatta linje tolkas som ett sätt att återuppbygga förtroendet för aktiemarknaden. Det rörde sig om en gradvis tyngdpunktsförskjutning och ett växande avståndstagande från det man kom att betrakta som 1980-talets "klipparekonomi". I förhållande till andra aktörer med liknande avsikter under kristiden, inte minst Aktiespararna, var det centralt att UA var ett förbund som drevs för och av ungdomar. Ansatserna att tydligare framhålla kunskap, långsiktighet och eget ansvar gjordes utifrån en ung horisont, vilket också underströks av att förbundet numera stod organisatoriskt självständigt.

Utvecklingen var tidigt märkbar i relationen till manliga medelålders vd:ar på stora börsbolag. Dessa porträtterades ännu regelbundet, men under 1990 är det möjligt att skönja en framväxande ambivalens inför gruppens dominans i affärsvärlden. I årets sista nummer fanns för första gången en undersökning av åldersstrukturen hos börsbolagens styrelser. Med en medelålder på 53 år benämndes styrelserna som överlag "gubbiga" – ett bolag ledde "gubbtoppen" med en genomsnittsålder på 66 år – men kritiken var försiktig: "Lagom är bäst, men många styrelser skulle säkerligen må bra av föryngring för att blanda erfarenhet med modernt tänkande och kunnande".⁷⁴ Granskningen av det som *TATH* från nästföljande år kallade "gubbväldet" blev ett årligt återkommande inslag. Även om förebråelserna fortsatte vara milt formulerade, skärptes pläderandet för att yngre måste "släppas in" i styrelserna.⁷⁵ Undersökningarnas resultat fick också medialt genomslag, vilket både ökade förbundets synlighet och tydliggjorde det som de ungas röst i samhällsdebatten.⁷⁶ Det kan noteras att några anmärkningar på styrelsernas sammansättningar med avseende på kön inte framfördes i *TATH* – det var enbart den skeva åldersfördelningen som diskuterades.⁷⁷

Det fanns emellertid en kvardröjande dualism i *TATH* att å ena sidan

74. Rolf Gabrielson & Pelle Öst, "Genomsnittliga styrelseledamoten 53 år", *TATH* 2:4 (1990) s. 19.

75. Osign., "Gubbväldet består: medelåldern 53 år", *TATH* 3:4 (1991) s. 14–15; Rolf Gabrielson, "Cavalli-Björkman chef för gubbigaste styrelsen", *TATH* 5:4 (1993) s. 3.

76. Anna Körnung, "Grånande samling styr", *DN* 7/12 1992; Suzanne Hörle, "Gammal är äldst i styrelse", *SvD* 30/11 1993.

77. Först 1994 då *TATH* hade ersatts av *Stock Magazine* vidrördes kvinnornas extrema underrepresentation i börsstyrelserna. Precis som tidigare fokuserade skribenten helt och hållet på den höga medelåldern, men artikeln avslutades med en kommentar om att "[d]en kvinnliga fågringen ökar i börssammanhang även om det är långt kvar till total jämställdhet" och att kvinnor utgjorde 4,2 procent av styrelsemedlemmarna (Osigh., "Börsen består fortfarande av män i gamla år", *SM* 1:3 (1994) s. 12–13).

anmärka på dessa strukturella problem och å andra sidan fortsätta lyfta fram framgångsrika företagsledare. Samma nummer 1993 som gick åt de åldrade styrelserna – dessutom i visualiserad form genom att tidningsframsidan upptogs av ett tecknat skelett med texten "Gubbväldet 93" över bröstet – innehöll en "vd-tävling" där tio porträttfoton på vd:ar, samtliga medelålders män, skulle paras ihop med rätt bolag.⁷⁸ Men under *TATH:s* utgivningsperiod fick ändå denna i börsbolagssammanhang så förhärskande grupp konkurrens i tidningen. Allt synligare blev människor med stort aktieintresse, men med huvudsaklig profession utanför näringsliv och finansbransch. I någon mån återknöt *TATH* till *ASJ:s* fokus på idrottsvärlden. År 1992 avslutades med att en framgångsrik aktiesparande ishockeyspelare intervjuades.⁷⁹ Några nummer senare bjöd på såväl ett reportage om ekonomin hos ett allsvenskt fotbollslag som en intervju med en affärsman som gått från lovande sprinter till sportskotillverkare.⁸⁰ När den så kallade Aktiestinsen, en småländsk järnvägsanställd som gjort sig en förmögenhet genom aktiehandel sedan 1940-talet, blev intervjuad gav han en känga åt "de som skor sig på småspararnas bekostnad" men citerades också när han utifrån sin långa börserfarenhet rådde läsarna: "Det är i lågkonjunkturen, när aktierna står lågt, som man ska göra sina köp".⁸¹

Även de vd:ar och andra affärsmän som fortsatt porträtterades i tidningen skildrades alltmer som den långa vägens män. Fokus låg förvisso på professionella framgångar, men framställningen handlade om att genom hårt, långsiktigt arbete ta sig framåt och uppåt i livet trots motgångar och bakslag. I rubriker och ingresser benämndes de intervjuade som "arbetsmyran som började från grunden" eller koncernchefen som "gått den långa vägen".⁸² Istället för att som tidigare i *TATH* rikta uppmärksamheten på affärsmännens välsituerade bostadssituation beskrevs nu deras liv utanför kontoret handla om naturupplevelser och sportande. Snarare än i kostym avbildades de fritids- eller träningsklädda.⁸³

78. Osign., "Vinn prenumerationer på *Affärsvärlden*", *TATH* 5:4 (1993) s. 9.

79. Patrik Anshelm, "VM-hjälte och optionsklippare", *TATH* 4:4 (1992) s. 10–11.

80. Rolf Gabrielson, "Sveriges enda fotbollsproffs", *TATH* 5:2 (1993) s. 7–8; Rolf Gabrielson, "OS-kandidaten blev sportchef", *TATH* 5:2 (1993) s. 10–11.

81. Patrik Anshelm, "Det har gått som tåget för 'stinsen'", *TATH* 4:2 (1992) s. 6–7.

82. Rolf Gabrielson & Michael Söderström, "Pirens VD Lars Söderblom: Arbetsmyran som började från grunden", *TATH* 3:1 (1991) s. 10–11; Patrik Anshelm, "Från piller till bilar och bärs", *TATH* 5:1 (1993) s. 12–13.

83. Patrik Anshelm, "Från piller till bilar och bärs", *TATH* 5:1 (1993) s. 12–13; Patrik Anshelm, "Poolförsäljaren som dök upp!", *TATH* 4:4 (1992) s. 12–13; *TATH* 3:3 (1992) s. 1.

TATH:s omvandling parallellt med nittiotalskrisen från att fokusera på finansbransch och professionell framgång till att framhålla hårt arbete, vardag och långsiktighet kompletterades mot slutet av utgivningen med att också vidröra sociala frågor. En hög koncernchef kännetecknades av att "alltid haft en social inriktning" och i intervjun kritiserade han politiker som inte hade "markkontakt", alltså inte kände till hur svenskar i allmänhet levde.⁸⁴ Det näst sista numret hade ett övergripande fokus på miljöproblem. Huvudreportaget hette "Börsens miljöväringar" och både på framsidan och i artikeln syntes arbetare iförda skyddskläder och gasmask frakta bort miljöfarligt avfall i rostiga tunnor. Reportaget utgick från Greenpeaces utsagor om vissa av börsbolagens miljöförstöring och, även om bolagsrepresentanter från de branscher som beskrevs som de värsta "miljöbusarna" fick uttala sig, var det miljöorganisationens aktiviteter och anklagelser som stod i berättelsens centrum.⁸⁵

Inriktningen drevs också av individuella medarbetare. Michael Söderström och Rolf Gabrielson innehade fortsatt ledande positioner i *TATH*, men medan den förstnämnde trappade ner sitt tidningsarbete till förmån för entreprenöriella initiativ som starten av Fjällradion i Åre, blev Gabrielson chefredaktör och skrev alltfler av tidningens artiklar, inte minst de med mer kritisk inriktning.⁸⁶ Under ett knappt år 1992–1993 var Gabrielson tjänstledig och Patrik Anshelm ersatte honom för att sedan ytterligare avancera inom förbundet.⁸⁷ I 1994 års första nummer – tillika det sista numret av *TATH* – presenterades Anshelm som ungdomsförbundets nya vd. Under rubriken "Yuppies och klippare är ute" intervjuades han om sin vision om att gå från stillasittande organisation till utåtriktad ungdomsrörelse. Anshelm menade att 1980-talets klipparmentalitet och höga fallskärmsavtal hade utmanat förtroendet för näringsliv och börs, men ungdomar ville – och behövde – fortfarande tjäna pengar: "De flesta ungdomar har ont om pengar men väldigt gott om drömmar". Avslutningsvis appellerade han till den annalkande generationserfarenheten av att pensionerna inte skulle komma att räcka till dem som i dag var unga: "Det betyder att vi måste ta ett eget ansvar, säger

84. Rolf Gabrielson, "Skandias sociala björntjänster", *TATH* 5:4 (1993) s. 12–13.

85. Rolf Gabrielson, "Börsens värsta miljöbusar avslöjas", *TATH* 5:3 (1993) s. 3–5.

86. Patrik Anshelm, "Ny radiokanal i Åre", *TATH* 4:2 (1992) s. 7; Intervju med Rolf Gabrielson 5/2 2021.

87. Rolf Gabrielson, "Bara några rader från redaktör'n", *TATH* 5:2 (1993) s. 18; Intervju med Rolf Gabrielson 5/2 2021.

Patrik. Då är det avgörande att ha kunskap om hur man får pengarna att ge bästa möjliga avkastning. Ju fortare vi lär oss desto bättre.”⁸⁸

Distanseringen från 1980-talets yuppies hade pågått i *TATH* under flera år. En porträtterad affärsman kallades 1992 för den sista finansvalpen, medan en annan året därpå närmast förlöjligades då han ”bjuder ut sig” genom att ge placeringstips via ett betalnummer: ”Vill du stödja en stackars före detta finansvalp? Ring då 071-numret. Ju längre tid du lyssnar desto mer mjölk kan han köpa.”⁸⁹ Vidare underströks att aktiesparande ungdomar *inte* var detsamma som yuppies, och att de förstnämndas intressen behövde skyddas till skillnad från de sistnämndas, i ett inlägg som kritiserade en krönikör som ville lägga ned A-Ekonomi med motivationen att finansvalparnas era var över: ”Yuppies har redan sina Reuter-skärmar och specialinformation. Det har inte ungdomar råd med.”⁹⁰ I en annons från förbundet 1994 syntes en tecknad gravsten på vilken det stod ”Yuppien 1985–1990”. Rubriken under lydde ”Må han vila i frid”. Runt omkring stenen låg en slips, ett par hängslen, en tom Dom Pérignon-flaska och ovanpå stenen stod en sportbil (se bild 3).⁹¹ Budskapet var alltså att UA var högst tillfreds med yuppies sort och följaktligen, implicit, att förbundet representerade något annat.

I dag minns Anshelm det som att ungdomsförbundets utpräglade kunskapsfokus började runt 1993–1994, det vill säga ungefär när han själv tog över som vd, och att medlemstidningarna under 1990-talet gick från att skriva om aktier och börs genomsyrat av en framgångsideologi till att fokusera på vardag, folkbildning och eget ansvar.⁹² I såväl *ASJ* som *TATH* hade emellertid kunskapsspridning varit ett explicit mål under hela utgivningsperioden och i samband med bildandet av den egna organisationen 1990 hade avståndstagande från yuppiementaliteten varit centralt i medieomnämningarna. Det kan därför snarare betraktas som en diskursiv förstärkning av idéer och normer som funnits med länge men som i och med värderingsförskjutningar i 1990-talskrisens skugga uppfattades som legitima och lockande. Pia Irell, som tog över som vd 1995, beskriver sin föregångare Anshelm som en drivande kommuni-

88. Susanne Hellberg, ”Yuppies och klippare är ute”, *TATH* 6:1 (1994) s. 13.

89. Osign., ”Den sista finansvalpen”, *TATH* 4:3 (1992) s. 14–15; Osign., ”När snålheten bedrar visheten...”, *TATH* 5:2 (1993) s. 16.

90. Osign., ”Idiotiskt Expressen”, *TATH* 4:2 (1992) s. 17.

91. Annon, *Expressen* 2/3 1994.

92. Intervju med Patrik Anshelm 5/2 2021.

katör. Som första kvinnliga vd uppfattar Irell att hon tillsammans med sina närmaste medarbetare blev förebilder för ungdomar, inte minst unga kvinnor, och att de därmed breddade synen på inte bara aktiesparande utan också aktiesparare. Förbundets största bidrag under 1990-talet anser hon vara att aktier, näringsliv och ekonomi gick från något som uppfattades angå en liten klick till att röra alla unga. Det samtidiga inskräpandet av individens eget ansvar för sin ekonomi var ett viktigt uppdrag.⁹³

Just ekonomi, eller närmare bestämt privatekonomi, framstår som det nya nyckelbegreppet i den fortsatta tidningsutgivningen. Under 1994 ersattes *TATH* av *Stock Magazine* (fortsättningsvis *SM*). Namnet till trots var aktier en mindre beståndsdel i tidningens innehåll. I stället var anslaget privatekonomi i bred bemärkelse – reportage om näringslivschefer och frågespalter om börsbolag och aktieköp blandades med artiklar om utlandsstudier och tips på böcker, resmål och shopping.⁹⁴ Det var samhälls- och vardagsliv sett med ekonomiska glasögon och i en ung människas perspektiv. Fem år tidigare hade *TATH* skrivit om Den Nya Livsstilen; ett koncept som inte explicit definierats men mellan raderna hade en livsväg skildrats där de professionella ambitionerna att lyckas inom finans- och affärsliv stod i centrum. Något liknande begrepp förekom inte i *SM* men i den unga livsstil som i denna tidning föreslogs och adresserades sammansmälte det privata och det professionella. Det handlade om att göra rätt investeringar i pengar och tid för att skapa sig ett bra framtida liv.

Även annonsmaterialet speglade en helhetssyn på livet. *ASJ* och *TATH* innehöll mycket annonser men de gällde nästan uteslutande antingen produkter och tjänster för bättre aktiesparande, exempelvis dataprogram, kalkylatorer och kurser, eller börsnoterade företag som presenterade sig för de unga läsarna. Sådana annonser förekom också i *SM*, men för första gången i förbundets tidningshistoria fanns dessutom reklam för jeans, klockor och studentresor.⁹⁵ *SM*:s läsare tilltalades på så vis som konsumenter i allmänhet, inte enbart av aktier och finansiella tjänster. Att handla aktier var inte annorlunda än att köpa kläder – det gällde att vara påläst och uppdaterad om olika alternativ.

93. Intervju med Pia Irell 9/2 2021.

94. T.ex Osign., "Utlandsplugg", *SM* 1:1 (1994) s. 18–19; Osign., "Läsvärt", *SM* 1:3 (1994) s. 20.

95. Enstaka reseannonser hade förekommit i *ASJ* och *TATH*, men de var då inte lika uttalat ungdoms- eller studentresor.

Fortfarande intervjuades en del affärsmän (ännu inga affärskvinnor), men huvudreportagen och framsidorna under *SM*:s första utgivningsår porträtterade uteslutande musikartister. I första numret poserade Stakka Bo svartklädd med armarna i kors (se bild 4). Rubriken löd: "Direktör utan intresse för aktier" och närmast därefter citerades intervjupersonen då han avfärdade Handelshögskolan i Stockholm som "en förlegad, andefattig och ostimulerande miljö".⁹⁶ Detta premiärreportage kan liknas vid första numret av *TATH* där Jan Stenbeck också avbildats med korslagda armar när han gav sin syn på hur tillväxt och framgång skapas. I båda fallen framställdes en djärv självsäkerhet i såväl text som bild. Men medan Stenbeck var helt integrerad – och en tänkbar idol – i den finansvärld som *TATH* sökte skildra, var Stakka Bo en gränsgfigur med sin unga kaxighet och musikkarriär, samtidigt som han förvisso var före detta Handelsstudent och bolagsinnehavare. I sista numret för året intervjuades artisten Alexander Bard. Han fastslog att hans mål var att tidigt i livet tjäna så mycket pengar att han aldrig mer skulle behöva tänka på dem.⁹⁷ Liksom Stakka Bo uppvisade Bard en hållning som var ett samtidigt omfamnande och avvisande av pengar, makt och traditionella uppfattningar av status och framgång. Det var en ekonomisk filosofi om pengar som en avgörande förutsättning men på samma gång underordnat och, i sig, ointressant för ett gott liv.

SM återknöt på flera sätt till den ursprungliga ungdomsmedlems-tidningen *ASJ*. Att intervju musikbranschens profiler påminde mer om *ASJ*:s porträtt av idrottsstjärnor än om *TATH*:s reportage om företagsledare. Hur *ASJ* synliggjorde sina medlemmar genom bland annat enkäter var inte heller olik *SM* som introducerade dels en fråge- och insändarspalt, dels inslaget "En medlem" där en enskild ungdomsmedlem presenterades. Till och med tidningarnas utseende var snarlikt då *SM* hade gått tillbaka till *ASJ*:s färgglada tidskriftsformat. Men även om *SM* likt *ASJ* sökte befinna sig nära ungdomars vardag, snarare än mitt på borsgolvet eller i styrelserummet som den tidiga *TATH*, så var det fråga om progression snarare än återgång. Medan *ASJ* förhöll sig till aktier som ett spännande intresse för ungdomar skildrade *SM* aktier som en naturlig del av unga människors liv.

96. Thomas Sjöberg, "Direktör utan intresse för aktier", *SM* 1:1 (1994) s. 4–5.

97. Osign., "Alexander Bard", *SM* 1:3 (1994) s. 16–18.

*Ungdomslivets finansialisering 1985–1994:
Från aktier via finans till privatekonomi*

Var och en av de tre analyserade brytpunkterna medförde avgörande drag till den unga aktiekultur som förbundets tidning hade landat i vid mitten av 1990-talet. Med nya ungdomssatsningar och utgivningsstart av egen medlemstidning formerades unga som en egen intressegrupp vid mitten av 1980-talet. I slutet av decenniet gavs unga medlemmar en i princip helt fri medieplattform och vid mitten av 1990-talet presenterades ungdomars aktieplaceringar och börsintresse som integrerat i deras vardagliga konsumtion. Varje brott kom dessutom med en självständig och i viss mån upprorisk anstrykning. Det var alltså inte en aktiekultur i största allmänhet som skapades i tidningarna, utan just en ung sådan.

Det bärande konceptet vidgades under dessa tio år från aktier (*ASJ*) via finans (*TATH*) till privatekonomi (*SM*). Att placera sina pengar på börsen hade alltså gått från att i mitten av 1980-talet framställas som en spännande hobby till att några år senare vara en eftersträvad professionell bana och vid mitten av 1990-talet en naturlig del av en ung människas vardag. Den privatekonomiska inramningen gjorde aktiesparande till en sorts praktisk livskunskap. Givet att det rörde sig om en medlemstidning fanns erbjudandet om en föreställd intressegemenskap implicit under hela perioden, men samtidigt utvecklades med *TATH* och sedermera *SM* ett starkare fokus på individens eget ansvar att förvärva såväl pengar som kunskap. Under hela undersökningsperioden var dessutom skolinformationsarbetet en kontaktyta mellan Aktiespararnas ungdomsverksamhet och Sveriges skolungdomar. Att förbundet sökte sig till skolorna innebar dels att den unga publik som mötte Aktiespararnas budskap var större än enbart förbundsmedlemmarna, dels att det fördes fram i ett för eleverna vardagligt och legitimt sammanhang.

Mot bakgrund av den internationella forskningen om vardagslivets finansialisering har vi valt att kalla den kulturella förändringsprocessen för ungdomslivets finansialisering. Denna innebar att aktier gradvis blev något alltmer naturligt – nedtonat och samtidigt självklart. Med Mats Lindqvists ord kan vi tala om det som en "kolonisering av vardagen", med Claes Ohlsson som en "domesticering" eller med Adam Harmes som en "naturalisering". Denna större historiska process fick en särskild laddning när ungdomar sattes i fokus. De både gjordes och gjorde sig

själva till investerare. Särskilt betydelsefullt för utvecklingen var hur förbundet hanterade 1990-talets finanskris genom att distansera sig från yuppietidens framgångsideologi och förstärka sitt fokus på vardag, arbete, kunskap och långsiktighet.

Vår studie pekar alltså på att ungdomslivets finansialisering kom att intensifieras och fördjupas i kölvattnet av 1990-talets finanskris. Vid denna tid hade finansialiseringen av den svenska samhällsekonomin pågått i över ett decennium och antalet aktiesparare hade vuxit från 900 000 till 2,5 miljoner. Men på ett kulturellt plan var aktiesparande och finansbranschen i 1980-talets ungdomstidningar en aspekt av livet – en hobby eller en möjlig yrkesbana – snarare än en naturaliserad del av tillvaron som helhet. Den finansiella krisen reste frågetecken kring utvecklingen, men gjorde också att de som bejakade densamma lade ner större kraft på att legitimera den nya ordningen, inte minst genom att ta avstånd från tidigare excesser.

Om vi sammanför resultaten från vår studie med den internationella forskningen finns det mycket som pekar på att vardagslivets finansialisering under de senaste decennierna har haft ett intimt samband med finansiella kriser. Den första större marknadsvändningen skedde omkring 1980 som ett svar på strukturella samhällsekonomiska problem. Det tidiga 1990-talets kris resulterade i att finansmarknaderna knöts tätare till vardagen. Och efter den globala finanskrisen åren 2007–2008 har vi kunnat se ytterligare fördjupning och expansion. Kriserna har alltså på kort sikt skakat om relationerna mellan människor och finansmarknader, men på lite längre sikt förtätat dem. Kommer inflationens återkomst 2022 och dess efterverkningar följa samma mönster?

Ja, statistiken kring aktieägandets utveckling år 2020 pekar i den riktningen. Därtill vill vi mena att vår tids unga aktiekultur har likheter med 1990-talets. Såväl i Unga Aktiesparares egna kanaler som i traditionella och sociala medier behandlas aktier i dag som en självklar och viktig del av många unga svenskars privatekonomi och vardagsliv. Unga både adresseras och framställer sig som finansiella aktörer. En avgörande skillnad är dock att antalet unga röster – och antalet unga aktieägare – är betydligt fler i dag än vid 1990-talets mitt. Aktiesparandets popularisering har vidgats och fördjupats och gjort tillvaron alltmer finansialiserad. Men hur har det gått till? Vem, vilka eller vad har varit drivande? Vilken roll har den tekniska, mediala och politiska utvecklingen spelat?

Hur har det ännu i dag intensiva samarbetet mellan Aktiespararna och skolorna sett ut och påverkat svenska ungdomar? Till dessa frågor avser vi återkomma i framtida undersökningar.

The financialisation of the young: The adoption of equity culture for and by Swedish youth, 1985–1994

This article examines how the Swedish Shareholders' Association set out to foster an interest in stocks and the stock market among young people. Beginning in 1985, the association published special membership magazines targeting youth: *Aktiespararen Junior* (1985–1988), *The All Time High* (1989–1994), and *Stock Magazine* (1994–). By analysing the magazines' content and interviewing five key people involved in the venture, we demonstrate how a particular equity culture for young people developed in Sweden.

In our analysis, we highlight three distinct phases. First, in the mid-1980s, investing in stocks was promoted by adults as a suitable hobby for young people. Second, in the late 1980s, young people with an interest in finance and perhaps a business career set an independent, rebellious tone. Third, in the wake of the financial crisis of the early 1990s, young people distanced themselves from the "yuppie era" while simultaneously embracing stocks as a natural part of everyday life. The socially acceptable practice was to continually acquire new knowledge and invest for the long term, while spectacular trades and a luxurious lifestyle were frowned on, so that by the mid-1990s we see the contours of an equity culture that closely resembles its thriving counterpart in the 2020s.

Our study contributes to the international research on the financialisation of daily life by adding a youth perspective and emphasising the role of civil society in the change. While the deregulation of financial markets and the political reforms of pension systems were important, we would argue that it is also vital to look at what organisations and individuals who embraced the financial markets did. It is clear from our study that there was no master plan for what to create, rather a continuous grappling with changing circumstances.

Keywords: financialisation, youth, investing in stocks and shares, Sweden, late twentieth century, marketisation, media history