



## Två marknader Two Fairs

Per Drejare och Torbjörn Helgesson

Text: Hans Dalén

Två marknader

Two Fairs

© 1994, Bokförlaget Rim & reson, Lund och upphovsmännen.

Bildurval av fotografierna med hjälp av Sune Nordgren

Repro: Repröstället, Staffanstorp

Tryck: Skogs Boktryckeri, Trelleborg

Papper: Multi Art Silk 150 g från Stora Papyrus, Nymölla

Original: Bildgården, Anders Pålsson

ISBN 91-630-2641-4

Två marknader  
Two Fairs

Per Drejare och Torbjörn Helgesson

Text: Hans Dalén

Bokförlaget Rim & reson, Lund





























När Per Drejare 1983 berättade att han skulle åka till Kivik för att fotografera marknaden, mottog jag förstrött upplysningen. Fyra år senare begav jag mig till Sjöbo marknad för första gången. Det var mer en följd av Per Drejares övertalningsförmåga än av personligt intresse för krimskrams, tivoli, marknadsvarieté och häst- och smådjurshandel.

I Sjöbo mötte jag två män på turné. Per Drejare och Torbjörn Helgesson hade tillfälligt flyttat in i den senares Volvo Duett. Närmast kom de från Tomelilla, där proviantering skett. Dessförinnan hade de tillbringat ett par dagar i Kivik. Deras hängivenhet för saken gick inte att ta fel på.

Per och Torbjörn ville att någon skulle skriva en text till deras kommande bok om marknaderna i Kivik och Sjöbo. Jag hade aldrig känt någon längtan till dessa tillställningar, och var inte särskilt lockad av uppdraget.

Herrar Drejares och Helgessons engagemang bidrog starkt till att jag så småningom ändrade mig. Även om jag aldrig blivit lika hängiven i mitt deltagande i marknadslivet som Per och Torbjörn, har det blivit ett antal besök i Kivik och Sjöbo efter den där första gången. Dessa ligger till grund för följande iakttagelser.

Det finns förenklat uttryckt tre kategorier av människor på en marknad: knallar, tivoliidkare och besökare. Av dessa tre är den sistnämnda den ojämförligt största, och ju mer pengar den är beredd att spendera, desto gladare blir de två förstnämnda.

Marknadsbesökaren är spridd över hela landet och synlig alla årstider, även om sommaren torde vara den gynnsammaste årstiden för att iakta dess beteende. 1991 hörde jag en företrädare för knallarnas intresseorganisation, Torg- och marknadshandlarnas ekonomiska riksförening (Tomer), uppskatta beståndet till ungefär 10 miljoner varje år. Dessa 10 miljoner – siffran låter hög i mina öron, men låt oss för enkelhetens skull anta att den stämmer någorlunda – är ojämnt fördelade över ungefär 600 marknader runt om i landet.

I Skåne är marknadsbesökaren vanligast förekommande i mitten av juli. Då infaller den skånska marknadsveckan, som pågår i Degeberga under en söndag och en måndag och fortsätter i Kivik tisdag och onsdag. På torsdagen är det marknad i Tomelilla. Samma dag bryter det lös i Sjöbo, där marknaden sedan rasar till sena fredagkvällen. Mönstret för hur de olika marknaderna inträffar på veckodagarna är givet, så datumen varierar. Mitten av juli, någon gång runt den 15:e, är ett gott riktmärke.

During the past few years, two Swedish photographers, Per Drejare and Torbjörn Helgesson, have been regular visitors to the annual summer Fairs in the South Swedish province of Skåne, and now, in 1994, they were planning to have a book of photographs from two of the Fairs, Kivik and Sjöbo, published. They asked me therefore, if I would be prepared to write something for the book, something which would give the reader a notion of what this particular tradition was all about, and my impressions of some of those who were involved with, or visited these Fairs.

I must confess that I have never felt an overwhelming longing to visit the Fairs, and so was not particularly attracted by this commission, but faced with the unmistakable enthusiasm of Messrs. Drejare and Helgesson, I was eventually persuaded to change my mind. Even if I have not managed to achieve the same level of devotion to the Fairs as the two photographers, I have nonetheless visited them several times in the last year or so, and the following observations are the result of these forays.

The Fairs are held sometime around the middle of July, and while the exact dates vary, the days of the week on which the different villages play host to the Fair are usually constant. Sufficient to say, that the Fair arrives in Kivik on the Tuesday and Wednesday, and in Sjöbo on the Thursday and Friday.

The diversity and quantity of merchandise for sale, the number of "sensational" amusements, and the size of the public, place the Fairs at Kivik and Sjöbo, compared with the other markets in the South, in a class of their own. The local police reckon that between 1983 and 1993, the years when the photographers were there, Kivik and Sjöbo each entertained an average of 150 to 200,000 visitors yearly.

These visitors are a hardy and patient breed. They can endure long hours in traffic jams, stoically cough up often disgustingly exorbitant parking fees, and finally, still cheerfully walk the not inconsiderable distance to reach their true element, the thumping, throbbing, din and the seething mass of humanity that is the Fair. The din is made up of several components. The roundabouts, flying carpets, dodgem cars, and ghost trains offer their quota of groans, hisses, and screechings, and barkers, straining their vocal powers to the utmost, frenetically endeavour to cram as many words as possible in to the absolutely shortest space of time.



Bland de skånska marknaderna står Kivik och Sjöbo i en klass för sig, både vad beträffar varuutbud, nöjessensationer och publiktillströmning. Åren 1983-1993, när Per Drejare och Torbjörn Helgeson var där för att fotografera, brukade enligt polisens uppskattningar mellan 150- och 200.000 besöka Kivik, så gott som lika många Sjöbo.

Marknadsbesökare är tåliga varelser. De kan överleva upp till flera timmar i bilköer, med jämnmot betala stundtals hutlösa parkeringsavgifter och med lätthet förflytta sig över långa gångavstånd för att slutligen nå sitt rätta element: det ljudstörpiskade folkhavet.

Ljudstormen består av ett otal komponenter. Nöjesfältets karuseller, flygande mattor, spöktåg och radiobilar bidrar med pysande, gnissel och slammer. Rappare – det är de som står utanför olika attraktioner för att locka publiken till att betala inträde – spår på genom att tävla i konsten att med största möjliga röststyrka säga flest ord per sekund.

Rapparna är av nödvändigheten tvingade att ta i så mycket de orkar, eftersom de måste försöka överrösta marknadskontorets högtalarsystem och minst fem närbelägna potenta musik-anläggningar, som tillhandahåller en komprimerad sammanfattning av de senaste fyrtio årens populärmusik. Den första maler Ett brev betydt så mycket i dansbandstappning, den femte dunkar techno.

Från marknadskontoret utgår en strid ström av budskap i högtalare som finns utspridda över marknadsplatsen. Det rör sig om förmånliga erbjudanden hos tygknallen på rad 7, stånd 11, efterlysningar av borttappade familjemedlemmar eller bekanta och barska anmaningar om att den felparkerade bilen med registreringsnummer HAD 030 omedelbart måste flyttas.

Till detta kommer skrattande eller skrikande barn, skrålande fylltrattar och alla vanliga knallar och marknadsbesökare, som höjer rösterna bara för att kunna göra sig hörda över allt annat larm.

En särpräglad ljudkälla är de med mikrofon och högtalare försedda knallar som gör regelrätta uppträdanden för att marknadsföra sina varor. De talar ofta någon variant av västsvensk dialekt och återfinns i regel på strategiska platser, gärna i marknadsgatornas hörn på främre delen av marknadsplatsen. De säljer företrädesvis rengöringsmedel eller någon smart köksattiralj.

Showen kan bestå i att försäljaren håller Coca-Cola på en bit heltäckningsmatta och visar alla traditionella rengöringsmedels ineffektivitet. Därefter presenterar han lösningen på problemet i

They are forced by circumstance to these excesses, for they must try and make themselves heard above the racket coming from the Public Address loudspeakers, and from at least five neighbouring and extremely virile Hi-Fi systems. These offer a comprehensive digest of popular music from the past 40 years, the first enquiring of the Price of the Doggy in the Window, the fifth pounding out the latest Techno melodic masterpiece, while the P.A. blares out an unceasing flow of messages and bulletins. One minute there is a never-to-be-repeated bargain to be had on stall no. 7, row 11, the next a troubled S.O.S. concerning the whereabouts of divers fathers, brothers, mothers or children suddenly gone missing, or a stern admonishment to the owner of vehicle HAD 030 to remove the same instantly.

On top of this, there is the usual clamour from laughing and yelling children, the gormless bellows of the standard drunks, and the hubbub from the stall holders and the general public who have to bawl simply to make themselves heard above the reigning pandemonium.

A particular and especial addition to this tumult comes from those vendors who, equipped with microphone and loudspeaker, regularly attend the markets, demonstrating and selling various wondrous products. They often speak some sort of broad West Swedish dialect, and are usually to be found at the most prominent spots, such as at the beginning of a row at the front of the market. Their principal wares are for the most part miracle detergents, or cunning kitchen gadgets. The Show can begin with the salesman pouring a well-known substance, say Coca-Cola, onto a bit of carpeting, so proving the total ineffectivity of the average detergent. Not to worry, for the solution is at hand in just that particular product that just he has happened to come across, and which, surprise, surprise, removes all trace of the offending stain instanter. The true import of the idiom of having a well-oiled tongue is now fully revealed. After the demonstration has been concluded, commerce takes off at a high rate of knots, banknotes rapidly change hands, and the salesman piously informs the latest customer that the proceeds of the sale are to be donated to charitable purposes, viz. to himself and his wife. People flock to the stand, and business flourishes. It is pure entertainment to bide there awhile and just listen.

Those who yearly betake themselves to Kivik Fair are a motley crowd, representing a diversity of backgrounds, and who have journeyed from widely differing parts of the country.

5	Kaj Helgesson, Roland Thelander; Sjöbo 1989	26	Kivik, 1988	Per Drejare
	Torbjörn Helgesson	27	Sjöbo, 1984	Torbjörn Helgesson
6	Kivik, 1989	29	Sjöbo, 1985	Torbjörn Helgesson
7	Kivik, 1987	30	Kivik, 1987	Torbjörn Helgesson
8	Sjöbo, 1988	31	Kivik, 1987	Per Drejare
9	Sjöbo, 1984	32	Kivik, 1989	Torbjörn Helgesson
10	Sjöbo, 1988	33	Sjöbo, 1988	Torbjörn Helgesson
11	Sjöbo, 1992	34	Kivik, 1990	Torbjörn Helgesson
12	Sjöbo, 1990	35	Sjöbo, 1988	Per Drejare
13	Sjöbo, 1992	37	Sjöbo, 1989	Per Drejare
15	Kivik, 1989	38	Sjöbo, 1985	Torbjörn Helgesson
16	Sjöbo, 1990	39	Sjöbo, 1989	Per Drejare
17	Sjöbo, 1988	40	Sjöbo, 1989	Torbjörn Helgesson
18	Sjöbo, 1992	41	Sjöbo, 1991	Per Drejare
	Sjöbo, 1984	42	Sjöbo, 1989	Per Drejare
19	Sjöbo, 1988	43	Kivik, 1991	Torbjörn Helgesson
20	Kivik, 1987	44	Sjöbo, 1987	Torbjörn Helgesson
21	Kivik, 1989	45	Sjöbo, 1985	Per Drejare
22	Sjöbo, 1984	46	Kivik, 1987	Torbjörn Helgesson
23	Sjöbo, 1984	47	Sjöbo, 1989	Torbjörn Helgesson
24	Sjöbo, 1989	48	Kivik, 1991	Per Drejare
25	Ali Ben Hassan; Sjöbo 1989	49	Sjöbo, 1989	Torbjörn Helgesson
	Per Drejare	51	Sjöbo, 1992	Per Drejare

Bokförlaget Rim & reson, Lund

ISBN 91-630-2641-4

240:-