



Kungssportsplatsen i Göteborg 2004. Foto: Carina Ahlqvist, DAG/Institutet för språk och folkminnen.

GOD JUL & GOTT NYTT ÅR

AV FREDRIK SKOTT

Kvinnor föredrar oftast tomtar. Män gillar vinterlandskap. När posten lät undersöka vad svenskar tycker om julkort visade sig att över 70 % väljer utifrån motivet. Lika många vill visa upp sina tryckta julkort för andra. Korten är ett vänskapsbevis, både för mottagaren och dennes omgivning. Många kort tyder på en stor bekantskapskrets. Över 42 miljoner julkort skickades 2005. Det är många, men de skrivna julkortens andelen har minskat. Rekordjulen 1995 skickades drygt 67 miljoner kort.

År 2005 satsades 15 miljoner kronor på att vända den negativa trenden. Genom reklam, annonsering och luktnuggisar med doft av glögg, pepparkaka och apelsin att klistra på kuverten ville Posten öka julpostandet. Samtidigt innebär distributionen ett problem. Alla ska ju få korten i tid. Tusentals ungdomar extra-

anställs och fyratusen röda brevlådor sätts upp. Särskilda julkortspåsar delas ut och speciella julfrimärken trycks upp.

Det första julkortet gavs ut i England år 1843. Till Sverige kom traditionen på 1880-talet. Julkortsseden är ännu högst levande men samtidigt är dess storhetstid antagligen förbi. De tryckta korten har fått konkurrens. Från otaliga webbsidor finns nu möjligheten att alldeles gratis skicka ”vanliga” eller animerade julkort, med eller utan tillhörande julmelodier. E-post är ett annat alternativ, liksom SMS. Men de flesta föredrar ändå de tryckta korten framför de digitala. Bara 13 % tycker bättre om e-post och 3 % om sms. Allt tyder på att de röda postlådorna kommer att fyllas många jular till, om än inte i samma omfattning som förr.