

KULTURELLA PERSPEKTIV

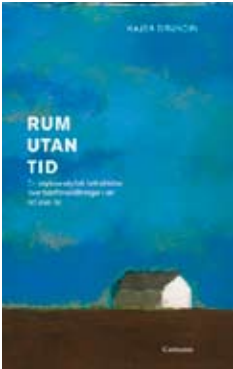
Nr 3-4 • 2015

Etnologer som lutar sig ut från sina forskarbord:

- Helene Brembeck om nostalgi som affektivt redskap
- Gösta Atvastson om kulturforskning i lufthavet
- Birgitta Meurling om minnen, miljöer och autoetnografi
- Magdalena Peterson McIntyre om att ha passion för sitt jobb
- Inger Lövkrona och Gabriella Nilsson om teoretiska och politiska perspektiv på våld
- Sarah Holst Kjær om digitaliseringsprojekt och kulturarv
- Sverker Hyltén-Cavallius om naturhistoriska gestaltningar
- Lars Kaijser om trovärdiga skildringar av David Bowie i Berlin
- Sven-Erik Klinkmann om mediefilosofi, etnografi, Berlin och vinylens värld
- Anmälan om en "mediebärare" som sticker ut



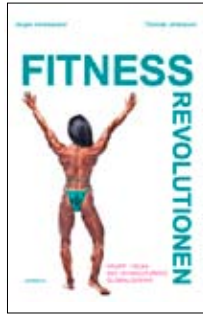
CARLSSON BOKFÖRLAG



En psykoanalytisk betraktelse över tidsföreställningar i en tid utan tid. Om medvetna och omedvetna tidsföreställningar. Vårt dagliga sätt att tänka på tiden ruskas om.

RUM UTAN TID

Kajsa Brundin



Idag är gymkulturen en mångmiljardindustri. Här beskrivs framväxten och konsekvenserna av gymkulturen och vad den står för.

FITNESSREVOLUTIONEN

Jesper Andreasson

Thomas Johansson



Här ges en bred översikt över främst 1700-talets reseböcker med lärda personer som Carl von Linné och Claes Brorsson. En idéhistorisk kavalkad i den bildade resenärens sällskap.

BERÄTTARE PÅ RESA

Carina Lidström



KOLERA

Daniel Larsson

Om hur det gick till när koleran slog klorna i Sveriges befolkning 1834. Smittans väg förklaras och sociala, ekonomiska och politiska förhållande, utöver sjuklighet och dödsfall, undersöks.



ORSAK: VÅLDTÄKT

Jens Lindberg

Författaren utgår från möten med män som drabbats av våldtäkt. Hur bemöts offren? Vilka är dessa män? Detta är en av de första vetenskapliga studierna i bokform som ägnats ämnet.

CARLSSON BOKFÖRLAG, Stora Nygatan 31, Box 2112, 103 13 Stockholm
08-545 254 80, info@carlssonbokforlag.se, www.carlssonbokforlag.se

Utges av Föreningen Kulturella Perspektiv vid Umeå universitet, med stöd av Vetenskapsrådet och Carlsson Bokförlag, Stockholm

Kulturella Perspektiv – Svensk etnologisk tidskrift tillämpar ett referee-system med extern kvalitetsgranskning.

Kulturella Perspektiv – Svensk etnologisk tidskrift is a refereed quarterly scientific journal. Submitted manuscripts will undergo blind peer review.

CHEFREDAKTÖR
Roger Jacobsson

REDAKTIONSKOMMITTÉ
Alf Arvidsson, Billy Ehn,
Kurt Genrup, Roger Jacobsson,
Marianne Liliequist, Anna Sofia
Lundgren, Britta Lundgren

REDAKTIONELL ASSISTENT
AnnCristin Winroth

RÅDGIVANDE NATIONELL
REDAKTIONSKOMMITTÉ
Gösta Arvastson, Helene Brembeck,
Lena Gerholm, Orvar Löfgren,
Inger Lövkrona

INTERNATIONELL
REDAKTIONSKOMMITTÉ
Anne Eriksen, Oslo, Torunn Selberg,
Bergen, Ulrika Wolf-Knuts, Åbo,
Richard Wilk, Bloomington, USA,
Anna-Maria Åström, Åbo

ANSVARIG UTGIVARE
Billy Ehn

REDAKTIONENS ADRESS
OCH KONTAKTUPPGIFTER
Etnologi/Institutionen för kultur- och
medievetenskaper, Umeå universitet,
SE-901 87 Umeå
Roger Jacobsson, tel. 070-639 80 55
roger.jacobsson@kultmed.umu.se
Billy Ehn, tel. 090-786 55 67
billy.ehn@kultmed.umu.se
AnnCristin Winroth (prenumerationsansvarig) tel. 090-786 57 25
anncristin.winroth@kultmed.umu.se
Fax 090-786 78 45

PRENUMERATION
275 kronor för fyra nummer 2016,
institutioner och bibliotek 325 kronor,
lösnummer 70 kronor

PLUSGIRO 65 33 59 – 0

OMSLAG OCH GRAFISK FORM
Roger Jacobsson

TYPSNITT Adobe Caslon

COPYRIGHT
Kulturella Perspektiv och respektive
författare

TRYCK
Original i Umeå AB 2015

ISSN 1102-7908

KULTURELLA PERSPEKTIV

Svensk etnologisk tidskrift

Nr 3–4 2015 • Årgång 24

ROGER JACOBSSON
Etnologer som lutar sig ut från sina forskarbord 2

HELENE BREMBECK
Nostalgi som affektivt redskap på retro- och vintagemarknaden 3

GÖSTA ARVASTSON
Samtal med vinden
Kulturforskning i lufthavet 14

BIRGITTA MEURLING
Det gamla släkthuset
Minnen, miljöer och autoetnografi 25

MAGDALEN PETERSON MCINTYRE
Att älska sitt jobb
Om passion, entusiasm och brist på företagsanda 34

INGER LÖVKRONA OCH GABRIELLA NILSSON
Vad är våld?
Teoretiska och politiska perspektiv 44

SARAH HOLST KJÆR
Den digitala rejse
Digitaliseringsprojektter i regional kultur- og oplevelseindustri 53

SVERKER HYLTÉN-CAVALLIUS
Stora? Utdöda? Djur?
Tre frågor till naturhistoriska gestaltningar 65

LARS KAIJSER
Två vandringar och en utställning
Om trovärdiga skildringar av David Bowie i Berlin 76

ANTECKNAT 88
Vinylen i Berlin: en plats, en genre, en tidsera
Av SVEN-ERIK KLINKMANN

ANMÄLNINGAR OCH NOTISER 93
En bokförläggare som sticker ut på det "mediebärande" fältet
Johanna Dahlin, Gustav Källstrand och Bengt Erik Eriksson,
Bokbyggare: Carlsson Bokförlag under trettio år – Bok 2614,
anmäld av ROGER JACOBSSON

Omslagsbilden: "På forskarbordet samlas pappershögarna, mycket blir liggande där länge". Detalj ur "Retro vintage desktop wallpapers", www@hdwallpapers.net.

Etnologer som lutar sig ut från sina forskarbord

inför detta nummer av *Kulturella Perspektiv* så inbjöd vi ett antal etnologer att medverka med en artikel kring vad de forskade om just nu. Tanken var inte att de skulle skriva utifrån ett givet tema eller med någon särskild frågeställning i åtanke. Det var inte frågan om någon beställning.

Med utgångspunkt utifrån vad det var som låg på arbetsbordet fick författarna fria händer att diskutera, problematisera eller formulera sig i en reflexiv artikel. Fanns där kanske ett pågående forskningsprojekt, eller låg där anteckningar om ett mer personligt projekt som sysselsatte tankarna, hade någon nyss skrivit en ny bok som lämnat efter sig tankar att resonera kring, eller låg där möjligen en nyutkommen bok som var värd att reflektera över?

Inbjudan gick iväg till ett trettiofemtal aktiva etnologer. Det var inte alltför gott om tid, stoppdatum låg endast fem–sex veckor bort. Flera hörde av sig och tyckte

att det var ett intressant och spännande skrivprojekt detta, men många satt fast i olika uppdrag och hade redan andra stoppdatum som väntade uppfordrande på deras uppmärksamhet.

Ett tiotal författare hade möjlighet att hörsamma vår inbjudan. De lutade sig litet extra ut från sina forskarbord (som en av de medverkande litet mångtydigt uttryckte sig) och kastade sig med stor lust över skrivandet. Detta är vi glada för.

Ämnen och perspektiv i de olika bidragen är lika många som antalet medverkande författare. Kanske kan man se de olika perspektiven som en slags markör för vad som sysselsätter etnologer just nu. Men i första hand är artiklarna naturligtvis exempel på vad just de medverkande författarna kan och vill formulera sig om när de skriver av lust och angelägenhet!

Stort tack för er medverkan!

Roger Jacobsson, docent,
chefredaktör

Nostalgi som affektivt redskap på retro- och vintagemarknaden

HELENE BREMBECK är professor i etnologi och föreståndare för Centrum för konsumtionsvetenskap, CFK, vid Göteborgs universitet. Hon forskar om barn och föräldrar i konsumtions-sambället, hantering av överflöd och den nya marknaden för retro- och vintage. Hon deltar i projektet *Managing Overflow, Re:heritage, FOCAS och CHIME* vid CFK.



På senaste år har flashiga retro- och vintagebutiker blivit en vanlig syn i många stadskärnor, ibland samlade i kluster eller hela vintagestråk. Detta är vad som hänt i Göteborg de senaste decennierna, där åtminstone tre sådana stråk kan skönjas i centrum.

Detta är också i stark kontrast till äldre loppisar och secondhandbutiker som främst höll till i enkla, billiga lokaler i städernas utkanter och halvcentrala delar (Fredriksson 1996, Hansson & Brembeck 2015, Ottoson 2008). Med ekonomisk terminologi kan man tala om en helt ny marknad för retro och vintage (jfr Appelgren & Bohlin 2015a, Fredriksson 2013a, b). Här ges gamla saker en ny finish, ett nytt sammanhang och också ett nytt värde, kulturellt såväl som ekonomiskt, som vida överstiger det ursprungliga.¹

Mer precis är syftet med denna artikel att diskutera hur nostalgi används som ett sådant "redskap" för att öka värdet på saker "med en historia" (Appelgren & Bohlin 2015b). Utgångspunkten är en syn på marknader, som utgår från Michel Callons *The Laws of the Market* (1998) som performativa, föränderliga över tid och rum och dessutom konstruerade med hjälp av en mängd praktiker, teknologier och "redskap" (*devices*), som t.ex. skyltning, förpackningar och kataloger.² Detta innebär också att ett föremåls värde inte kan avgöras enbart genom rationell kalkylering utan genereras i ett nätverk av aktörer, kompetenser, tekniker och redskap. Den franska forskaren Karpik (2010) är särskilt intressant i detta sammanhang eftersom han teoretiserar om hur värde skapas på det han kallar "singulariteter", unika föremål som i princip bara finns i ett exemplar, som tavlor av kända konstnärer eller antikviteter. Hit hör också, vill vi hävda,

retro- och vintageföremål (som ofta en gång började sin karriär som massproducerade). För att höja värdet (ekonomiskt, kulturellt, socialt) på sådana "singulära" föremål på marknaden är det viktigt med metoder och redskap som framställer dem som unika och med en särskild och alldeles speciell relation till det förflutna. Nostalgi kan uppfattas som en sådan marknadsmekanism, eller redskap.

NOSTALGI SOM AFFEKTIVT REDSKAP

Nostalgi är ett kritiserat och omtvistat begrepp på ett sätt som gör det både lockande och avskräckande att använda (jfr Lundgren 2005). Kritiken mot att tala om föremål och epoker som invävda i lager av nostalgi grundar sig ofta på att detta är ett sätt att snedvrیدا, trivialisera eller romantisera det förflutna och dölja ett mer komplext och mörkare historiskt förflutet (Tannock 1995). Sådan kritik är i allmänhet baserad på en förståelse av nostalgi som representation, diskurs (jfr Hodge 2011), eller stämning (Davies 1979), som kan manipuleras och förvrängas. Men om man istället tänker nostalgi som materialitet och affekt blir det plötsligt något annat. Nostalgi finns då som potential i föremål, "kroppar", med en viss historia.

Utgångspunkten för ett sådant synsätt finns i teorier om materialitet (Massumi 2002) till viss del kopplade till fenomenologi (Anderson 2009). Nostalgi kan då användas för att beteckna ett affektivt tillstånd som särskilt rör det förflutna eller relationen förflutet–nutid–framtid och som kan uppstå i relationen mellan olika kroppar. Enligt Brian Massumis materialistiska syn, har alla slags kroppar, föremål såväl som människor, en potential att "affektera och bli affekterade" av andra krop-

par (Massumi 2002), eller med ett mer vardagligt språkbruk: att beröra och bli berörda. Affektivitet har ibland förstått som en påverkan på en basal fysiologisk "förmedveten" nivå. Men för Massumi är en affektiv händelse en sammansättning av det rent affektiva/biologiska och det mentala/emotionella, någonting som sker i spänningsfältet natur–kultur, där affekter (biologi) och känslor (kultur) hela tiden rör sig i och genom varandra och är varandras allierade. En sådan förståelse lämnar utrymme också för nostalgi som ett känslomässigt engagemang, en strukturerande logik i minnesarbete (Hodge 2011), som en diskurs som innefattar föreställningar om hem, hemkomst, barn-dom och längtan efter stabilitet eller som en känslöstämning kopplad till diskurser om modernitet eller postmodernitet (Tannock 1995, Johannisson 2001, Austin 2007).

En annan viktig utgångspunkt för resonemanget i den här artikeln återfinns hos Blackmann och Venn (2010), som hävdar att affekt alltid förmedlas och understöds av praktiker och teknologier som modulerar och förstärker kropparnas potentialer som förmedlare. Potentialen att bli affekterad kan således understödjas på olika sätt, men affekt/känsla kan inte förstås som en linjär maktutövning från en sändare till en mottagare och kan inte på något enkelt vis manipuleras (se t.ex. Milne et al 2011). Allt som t.ex. en butiksägare kan göra är att försöka aktivera, beröra känslomässigt. Nostalgi som redskap blir bara affektivt i sammansättning med "mänskliga kroppar, diskursiva kroppar, icke-mänskliga kroppar och andra kroppar som tillsammans skapar vardagen" (Steward 2007, min översättning). För att redskapet skall fungera krävs dessutom en viss beredskap, en villighet hos motparten

att bli affekterad, gå in i en affektiv relation, låta sig påverkas och bli berörd.

Vi ser dagliga exempel på försök att modulera känslöstämningar, att beröra känslomässigt i t.ex. heminrednings-, trädgårds-, rese- och mattidskrifter och tv-program, som till stor del handlar om att cirkulera och sälja en viss typ av stämning. Inom konst och museivärlden utbildas kuratorer för att använda ljus, ljud och texter för att forma, omvandla och intensifiera affektiva atmosfärer (Anderson 2009, Böhme 2006, Hodge 2011, Hviid Mortensen & Westergaard Madsen 2015). Ett exempel på modulering från en kommersiell miljö är Henriques (2010) studie av Kingstons dansbandscen. Den häftig atmosfär och de "vibrationer" publiken erfar är inte något som uppstår av sig själv, utan något som måste hanteras och registreras av en DJ (se även Brembeck 2012).

Detta är också vad som händer i det kommersiella landskapet av retro- och vintagebutiker när butiksägare, shoppinglandskapets DJ:s, använder olika redskap för att producera nostalgiska affekter för att skapa lust och ökad försäljning.

MAGASINSGATAN

Retro/vintage-sektorn har genomgått en snabb tillväxt de senaste decennierna och denna utveckling liksom dess olika uttryck har dokumenterats i ett flertal internationella studier (t.ex. Baker 2012, Crew, Gregson & Brooks 2003, Duffy, Hewer & Wilson 2010, Fisher 2015, Handberg 2015) och också noterats i svenska studier (Appelgren & Bohlin 2015a, b, Fredriksson 2013a, b, Palmsköld 2015). Det empiriska fält som stått i fokus för denna stu-



Bild 1. Tidig morgon. Väntan på att Strömmingsluckan skall öppna. Foto: Emilie Asplund.

die utgörs av tre olika stråk med second hand och vintagebutiker i centrala Göteborg. Artikeln utgår från ett av dessa, Magasinsgatan, och bygger på intervjuer med butiksägare, observationer och fotodokumentationer i butiker, på gatan och på internet under hösten 2014 och våren 2015.

Göteborgs turistbyrås officiella besöksguide beskriver Magasinsgatan som "Innerstans trendigaste kvarter" och en given mötesplats för shopping och fika med trendiga butiker, restauranger och barer som bjuder på "det lilla extra" (<http://www.goteborg.com/>). Butikerna längs gatan representerar hela skalan från second-hand, vintage och retro till shabby chic, upcycling och remake.³ Här finns också ett antal caféer och restauranger samt butiker som specialiserat sig på design och konsthantverk. Detta gör gatan till något av ett "kommersiellt mellanrum" i Crewe, Gregson och Brooks (2003) bemärkelse: butiksinnehavarna måste differentiera sig såväl mot den traditionella andrahandsmarknaden som mot de konsthantverkare och designers, som också befolkas gatan, genom att hävda att deras produkter är annorlunda och har speciella värden. Det är här nostalgi kommer in i bilden. Nostalgi uppträder i många former på Magasinsgatan. Det används uttryckligen i webbaserad marknadsföring och i namnen på butiker, till exempel Velour by Nostalgi, en butik som säljer nostalgi som "ett sinnestillstånd snarare än bara en klädstil" enligt hemsidan (www.velour.se), eller när en butiksinnehavare öppet kallade sin butik "en nostalgibutik" i en intervju (se nedan). Nostalgi kan också bevitnas indirekt i inredning och skyltfönster. Ett exempel är Magasin 11, en kombinerad inredningsbutik och milkshake- och espressobar med inrednings-

detaljer i American Diner retrostil. Till och med personalen är klädd i retrostil från femtiotalet.

ATT ARBETA MED NOSTALGI

I det följande presenteras fyra sätt att arbeta med nostalgi som affektivt redskap bland butiksägarna i vår studie, vad vi kallat nostalgiskt minnesarbete, nostalgisk inredning, nostalgiskt berättande och nostalgiska praktiker.⁴

Nostalgiskt minnesarbete

Vid ingången till Snabb, en bytesaffär för skridskor och annan vintersportutrustning är tre gammaldags träkälkar placerade, som omedelbart drar till sig förbipasserandes blickar. Butiksägaren, Martin, är mäkta stolt över dem.

"De är riktigt gamla. Det går ju inte att hitta sådana överallt. Vi har fem stycken, men vi säljer dem inte. Men det är många som rycker i dem. För de är ju fina. För det är ju något som gör att folk stannar till och så 'Oj oj oj' och så blir det diskussioner med en gång". "Och här" fortsätter Martin, "är ett museum med gamla skidor". Han visar ena väggen i entrén där gamla skidor, skridskor, hjälmar och annan utrustning finns prydligt upphängda. "Så det är en liten nostalgitripp" konstaterar han nöjt.

Nostalgi är ett ord Martin flitigt använder när han berättar om sin butik och dess historia. "Det här är en nostalgibutik för alla göteborgare som nån gång stått på ett par skidor..." Och äldre folk kommer ju förbi och berättar: 'här var jag som barn med mina föräldrar och sedan som pappa till mina små barn och nu är jag morfar'. Så det är ju riktigt roligt att den funnits så länge."

Butikens speciella lockelse utgörs av de gamla slädarna och museiväggen, men också av erbjudandet om att byta prylar istället för att köpa nytt. Att appellera till gamla värden om återanvändning, till nostalgiska minnen av en svunnen tid, gemenskap och barndom och till länkar mellan generationerna visar sig vara goda säljargument, eftersom butiken snart kan fira sin 65-årsdag. Skridskorna och skidutrustningen som cirkulerar i butiken är i själva verket inte särskilt gamla, och kan inte heller vara det för att bytesaktiviteten skall bli lönsam. Utan butikens historia livfullt annonserad och de återkommande kunderna som minns sin egen barndom skulle butiken förmodligen ha svårt att konkurrera med den växande marknaden för internet-byten. I detta fall är kundernas personliga minnen aktiva komponenter i det affektiva assemblaget, vare sig de är deras egna minnen eller vad som har kallats "protetiska minnen" (Landsberg 2004); resultatet av känslomässigt engagemang med massmedierade representationer, som Rosebud, den arkaiska kälken i Orson Welles film *Citizen Kane*.

Nostalgisk inredning

Centralt placerad på gatan finns Ragtime, en butik för vintageplagg för män. Elisabeth, ägaren, berättar hur hon upptäckte att vintage för män var en "underutnyttjad marknadsnisch", och så småningom hittade ett koncept som fungerade: att sälja "nästan nya begagnade kvalitetskläder för män på kommission": kunden lämnar in plagg som butiken åtar sig att sälja för ett fastställt belopp. Kläderna är använda, men bara en säsong eller två, och Elisabeth är mycket noga med att handplocka kläder som fortfarande är moderna och som hon vet kommer att sälja. Det mesta är märkeskläder. Hon är också skicklig i

att plocka ut vad hon anser är passande, snyggt, unikt och av god kvalitet åt individuella kunder i olika åldrar och kroppsformat och hon lägger ofta undan plagg åt sina många stamkunder.

Elisabeth jobbar aktivt med att på olika sätt rama in sina "nästan nya" varor i en konstruerad historisk kontext med hjälp av en mängd nostalgiska redskap. Redan i skyltfönstren trängs kantstötta skyltdockor från 1930–1940-talet med resväskor från 1900-talets första hälft. Hon lägger ofta undan "intressanta objekt" för att använda till skyltfönstrens installationer. Inredningen går i gammaldags stil med ett hopplock av hjorthorn, hattaskar och gamla resväskor. En sliten stol med en gammal kamera står central placerad, på en hylla tronar en gammal telefonväxel och i ett hörn står en Chesterfield fätölj i antikbrunt inbjudande för vem som helst att slå sig ner i. En CD med The Band på behaglig ljudnivå spelas i bakgrunden. På en klädställning i ett hörn hänger en 30 år gammal sälsskinnpäls och en amerikansk arméjacka från sextioalet. Ingen av dessa prylar är till salu utan används enbart som inredningsdetaljer. Butiken använder också shoppingkassar i brunt papper med en "vintage-känsla". Intrycket är brittisk herrklubb med lustiga inslag av jaktstuga i cowboystil och populärkulturella referenser till 1960- och 1970-talen.

Elisabeth har inte alls samma "sentimentala" inställning till gamla saker och tider som flytt som Martin och hennes ambition är långt ifrån att skapa en "nostalgibutik". Hon är i själva verket innerligt trött på gamla saker, säger hon. Att uttryckligen inreda butiken med hjälp av gammaldags och tillika maskulina tillbehör är helt enkelt ett sätt att skänka det "nästan nya" en aptitretande aura, som anspelar på kollektiva föreställningar om



Bild 2. Retrosopping på Magasinsgatan. Foto: Emilie Asplund.

något gammalt snarare än på personliga minnen. Chesterfieldfätöljen, hjorthornen och The Band-CD:n fungerade uppenbarligen väl som affektiva redskap "med historia" utan dessa personliga kopplingar. Att de ändå ibland väckte personliga nostalgiska känslor hos vissa kunderna får ses som ett mervärde. Flera grånande herrar kommenterade bakgrundsmusiken: "Åh, The Band, de spelade med Bob Dylan!". Två män i 60-årsåldern närmar sig arméjackan och blir närmast lyriska: "En M65! "Är den äkta?" "Ja det är den!" Men också en yngre generation kunde falla i trans

framför vissa föremål, som den unge mannen som knappt kunde slita sig från ett par RH Williams kängor som "är precis som de som hans pappa hade". Detta kan ses som exempel på att nostalgiska affekter kräver en viss beredskap, de kan inte förutsättas, bara eftersträvas, och de genereras spontant i mötet mellan de "rätta" kropparna.

Nostalgiska berättelser

Prickig Katt i början av Magasinsgatan är en annan typ av affär.⁵ Den är överlastad av saker till synes slumpmässigt sam-

mansatta där i stort sett allt är till salu. Hela idén är att fungera affektivt, att vara en "känslobutik, en konceptbutik", berättar ägaren, Malin. Hela konceptet bygger på en fiktiv förmänskligad figur, Prickig Katt, som lever i sin egen trettio-talsvärld, också den med viss koppling till brittisk herrklubb om än i mer feminin tappning:

"Vi ville ha den gamla känslan och vi ville att det skulle se ut som att komma hem till Prickig Katt. För Prickig Katt är byggt på en karaktär som är född 1929 i en rökrock som bjuder in sina vänner på sherry och läser deckare och allt han har i sin butik är för att han vill behaga sina vänner. Så han reser runt om i världen, letar efter trender och säljer vad han gillar och vad han vill bjuda sina vänner på. I grund och botten handlar Prickig Katt om att göra livet roligare."

Malin har funnit stor inspiration i sin gammelmormors hem... "Jag har personligen alltid älskat min gammelmormors hem. Och det är en stil som alla fyrtio-talister hatar. Det är för mycket av allt och små porslinssvanar, herdar och herdinnor och glasspeglar på borden. Och jag har fått möjlighet att gå fullständigt bananas under de senaste åren, eftersom den här stilen har blivit så trendig. Nu har vi en hel butik som ser ut."

Men det var inte förrän för några år sedan som människor kunde relatera till Malins sätt att använda gamla saker och själva se dem som inte bara gamla prylar utan som häftiga inredningsdetaljer, säger hon, från bara "Åh vad roligt, där är min mormors gamla kaffekoppar" till "Åh, såna fina koppar, jag kan använda dem som ljusstakar, jag köper sex", vilket är hennes inställning till det "gamla": en vacker, rolig och kreativ reservoar att plocka detaljer ur. I själva verket använder

många besökare idag Magasinsgatan just för att "hitta inspiration", visar vår studie.⁶ På 1990-talet när Malin öppnade sin butik och inredde den som ett vardagsrum, trodde många besökare att de hamnat i ett konstgalleri och det var först när hon ställde IKEA-hyllor längs väggarna, som de insåg att det var meningen att de skulle köpa prylarna.⁷

Prickig Katt är en hyllning till stilar, konsumtionsvaror och föreställningar från det förflutna. Men berättelsen om Prickig Katt är fiktiv och helt utan anspråk på autenticitet. Föremålen är verkligen gamla, second-hand, eller ibland nygjorda i gammal stil, men de blir bara affektiva, åtminstone affektiva på det sätt Malin vill, insatta i en ny kontext av inte bara personliga eller protetiska minnen, utan också av originella kombinationer av ting, där det gamla, använda, vardagliga, triviala, till och med fula, framstår som coolt och värt att spendera pengar på, vilket sätter fingret på att föremål inte är agentiska i sig utan ges agens som affektiva i sammansättningar med andra enheter.

Nostalgiska praktiker

För butiksägare längs Magasinsgatan används gamla saker och berättelser, fiktiva eller verkliga, som affektiva redskap för att skapa en attraktiv nostalgisk kontext åt de varor som säljs i butikerna och därigenom öka deras värde kulturellt, socialt och ekonomiskt. Men inte bara föremål, utan även praktiker kan vara en del av affektiva nostalgiska assemblage, det såg vi redan på anspelningarna i Snabb på byteshandel som något äkta, genuint och mindre kommersialiserat än i det stora köpcentrat inte långt därifrån. Samma sak sker på det lilla torget utanför Malins butik. Här trängs flera food trucks med lokalt producerad mat tillagad på plats,

ofta med husmanskostassociationer, som Strömmingsluckan (bild 1), som erbjuder moderna varianter av stekt strömming med lingonsylt. Här finns också ett mikrokafferosteri och ett surdegsbageri, som tillsammans lockar ett nytt klientel av medelklasshispters, som inte alls attraheras av Malin kreativa installationer och inte är hennes kunder. När hon reflekterar över vad hon ser som nya sätt att förhålla sig till det förflutna, som till exempel att "brygga sitt eget öl och gör sin egen korv", menar Malin att dessa praktiker också delvis handlar om nostalgi, men inte samma typ av lekfull användning av föremål från det förflutna som hon själv omfamnar, snarare:

"...det kan mycket väl på något sätt vara en nostalgitripp, ett sätt att återgå till någon form av stabilitet. Du vill ha något som är tryggt när arbetsmarknaden är skit och samhällets miljötänkande är skit. Då vill människor vända tillbaka till något som känns 'Yes! Jag gör min egen korv'. Men det är nog mer ett sätt att leva och inte grejerna i sig de vill ha."

Omhuldandet av Strömmingsluckan, kafferosteriet och surdegsbageriet skulle kunna uppfattas som en tillbakagång till traditionella värderingar och praktiker, en uppgradering av hantverk snarare än industritillverkat, av autentiska produkter och subjektiviteter snarare än marknadsstyrd konsumism. Men blinkningen mot gamla praktiker och produkter kan snarare ses som vad Anna Sofia Lundgren kallat (re)konstruktiv nostalgi (2005): om att med nya former lyfta fram värden som anses viktiga, men som är hämtade ur nostalgiska föreställningar, snarare än ambitioner om att på något autentiskt vis rekonstruera något gammalt. Det handlar om att både "ha kakan" (det bästa med det moderna livet) och "äta den" (återupp-

leva goda värden från förr). Precis som i Lundgrens studie från Umeå handlar de (re)konstruktivt nostalgiska praktikerna på Magasinsgatan om det småstadsmässiga, det gemytliga, det intima och mångfaldiga som avbrott och andningspaus i det urbana, hektiska, storskaliga och anonyma. Här får inte bara den stekta strömmingen, surdegsbrödet och det hemrostade kaffet utan också personalens klädsel och själva aktiviteten att steka strömming och att äta den i en atmosfär av kaffedoft och småprat viktiga roller som redskap i den affektiva sammansättningen.

AFFEKTIVA ASSEMBLAGE

Syftet med denna artikel är att visa hur nostalgi används som en av många marknadsmekanismer för att generera vad Karpic (2010) kallar "värde av den unika" och "en smak för det förflutna". Butiksägarna på Magasinsgatan använde nostalgiska redskap som medel för att ge butiker och varor ett speciellt skimmer och höja deras värden både i kulturella och ekonomiska termer. För Martin var butikens historia och plats i många göteborgare hjärtan och minnen, de gamla skidorna, kälkarna och tidningsurklippen effektiva redskap. För Malin handlade nostalgi om stil och ett lekfullt förhållningssätt där det gamla kunde lekas med, omformas och fungera som en aldrig sinande kreativ källa. Elisabeth använde nostalgiska objekt som inredningsdetaljer för att generera en mysig atmosfär som också spillde över på de varor hon sålde. Samtliga fall är exempel på hur butiks innehavare kan öka värdet på objekt till försäljning genom att skapa affektiva assemblage.

(Upp)värderingsprocesser av retro/vintage pågår kontinuerligt när butiksägare

försöker hävda att deras varor i själva verket är unika och med ett annat värde än de objekt som kan hittas på loppmarknader och välgörenhetsbutiker å ena sidan och massproducerade i stadens varuhus å den andra. Det är uppenbart att värdet – även det som står på prislappen – alltid genereras i lokala kulturspecifika kontexter. Redan urvalet av objekt till försäljning sker på kulturella, sociala och estetiska grunder som bygger på såväl butiksägarnas kunskaper om tidigare historiska tider, stilar och föremål och deras känslighet för aktuella modetrender och vad som ”går hem” hos kunderna. Dessutom krävs ett lämpligt sammanhang för butiken som det Magasinsgatans retro och vintage-landskap erbjuder. Affekt genereras bara i sammansättningar med andra kroppar. Nostalgiska minnen, föremål och berättelser blir viktiga och potentiellt agentiska redskap i en strävan att ge föremål med en historia ett ökat och särskilt värde. I denna process agerar Malin, Elisabeth och Martin som förmedlare mellan gamla och nya tider, platser, människor och kulturer, som shoppinglandskapets kuratorer.

NOTER

- ¹ Artikeln är skriven inom det tvärvetenskapliga projektet Re:heritage finansierat av Vetenskapsrådet, VR, 2014–2017 (<http://globalstudies.gu.se/forskning/forskargrupper/global-heritage-studies/re-heritage>). Jag vill särskilt tacka min närmaste projektkollega Niklas Hansson för diskussioner och synpunkter under arbetet med artikeln (se också not 4).
- ² Det engelska begreppet *device* kan översättas till såväl ”anordning”, ”apparat”, ”manick” och ”don” som ”plan”, ”påhitt” och ”knepp”. *Devices* kan vara såväl diskursiva som materiella och komplexa (anordning) såväl som enkla (manick, don). I denna artikel har jag valt att översätta *device* till ”redskap”.
- ³ De olika begreppen diskuteras och definieras bl.a. i flera av de refererade artiklarna i temanumret av *Culture Unbound* ”Circulating Stuff through Second-hand, Vintage and Retro Markets” (Volume 7, Theme 1, 2015). Se också Fredriksson 2013b.
- ⁴ En utökad och fördjupad diskussion insatt i ett något annorlunda ramverk finns i artikeln Brembeck, Helene & Hansson, Niklas, “‘Affective captation’: a case of nostalgia on the re:heritage market”, i *Journal of Cultural Heritage Studies* (under revidering).
- ⁵ Sedan fältarbetet avslutades har Prickig Katt flyttat från Magasinsgatan. Nu huserar Artilleriet, en av Magasinsgatans mest kända butiker, som är specialiserad på exklusiv ”shabby chic” i lokalen med en separat husgerädsavdelning.
- ⁶ En studie av besökare på Magasinsgatan en vanlig dag finns rapporterad i Liimatainen 2015a.
- ⁷ Vardagsrumsetetiken är numera vanlig inom retro- och vintagehandeln. För Magasinsgatan se även Liimatainen 2015b.

REFERENSER

- Anderson, Ben, 2009. “Affective atmospheres”, i *Emotion, Space and Society* 2, 77–81.
- Appelgren, Staffan & Bohlin, Anna, 2015a: “Introduction: Circulating stuff on second-hand, vintage and retro markets”, i *Culture Unbound, Journal of Current Cultural Research*, 7:3–11.
- Appelgren, Staffan & Bohlin, Anna, 2015. “Growing in motion: The circulation of used things on second-hand markets”, i *Culture Unbound, Journal of Current Cultural Research*, 7:143–168.
- Austin, Linda M., 2007. *Nostalgia in Transition, 1780–1917*. Charlottesville: University of Virginia Press.
- Baker, Sarah Elsie, 2012. “Retailing retro: Class, cultural capital and the material practices of the (re)valuation of style”, i *European Journal of Cultural Studies*, 15(5):621–641.
- Blackmann, Lisa & Venn, Couze, 2010. “Affect”, i *Body & Society*, 6(1):7–28.
- Boym, Svetlana, 2001. *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Brembeck, Helene, 2012. “Cozy Friday: An analysis of family togetherness and ritual overconsumption”, i Czarniawska, Barbara & Löfgren, Orvar (eds.), *Managing Overflow in Affluent Societies*, New York: Routledge.
- Brembeck, Helene & Hansson, Niklas, “Affective

- caption': a case of nostalgia on the re:heritage market", i *Journal of Cultural Heritage Studies* (under revidering).
- Böhme, Gernot, 2006. "Atmosphere as the subject matter of architecture", i Ursprung, Philip (ed.), *Herzog & DeMeuron: Natural History*. Zurich: Lars Müller Publishers.
- Callon, Michel (ed.), 1998. *The Laws of the Market*, Sociological Review Monographs. Oxford: Blackwell.
- Crewe, Louise; Gregson, Nicky & Brooks, Kate, 2003. "The discursivities of difference: Retro retailers and the ambiguities of 'the alternative'", i *Journal of Consumer Culture*, 3:61–81.
- Davies, Fred, 1979. *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*. London: Collyer MacMillan.
- Duffy, Katherine; Hewer, Paul & Wilson, Juliette, 2012. "'Granny would be proud': On the labours of doing vintage, practices and emergent socialities", i *Advances in Consumer Research*, 40:5019–5025.
- Fredriksson, Cecilia, 1996. "Loppmarknader och ruiner: Om loppmarknadens estetik", i Nordström, Ingrid & Valerie, Renée (red.), *Tycke och smak: Sju etnologer om estetik*. Stockholm: Carlsson.
- Fredriksson, Cecilia, 2013a. "Second-hand values and the making of a green fashion ecomarket", i Lena Hansson; Holmberg, Ulrika & Brembeck, Helene (eds.), *Making Sense of Consumption*. Göteborg: Centre for Consumer Science, Gothenburg University.
- Fredriksson, Cecilia, 2013b. "Shabby chic eller slitenhetens estetik", i *Nätverket. Etnologisk tidskrift* 18:36–42.
- Fisher, Nancy, 2015. "Vintage, the first 40 years: The emergence and persistence of vintage style in the United States", i *Culture Unbound, Journal of Current Cultural Research*, 7, 45–66.
- Golanska, Dorota, 2015. "Affective spaces, sensorial engagements: In quest of a synaesthetic approach to 'dark memorials'", i *International Journal of Heritage Studies*, 21:8, 773–790.
- Handberg, Kristian, 2015. "Montreal modern: Retro culture and the modern past in Montreal", i *Culture Unbound, Journal of Current Cultural Research*, 7:67–89.
- Hansson, Niklas & Brembeck, Helene, 2015. "Market hydraulics and subjectivities in the 'wild'", i *Culture Unbound, Journal of Current Cultural Research*, 7:91–121.
- Henriques, Julian, 2010. "The vibrations of affect and their propagation on a night out on Kingston's Dancehall scene", i *Body and Society*, 16 (1):57–89.
- Higson, Andrew, 2014. "Nostalgia is not what it used to be: Heritage films, nostalgia websites and contemporary consumers", i *Consumption, Markets & Culture*, 17(2):120–142.
- Hodge, Christina J., 2011. "A new model for memory work: Nostalgic discourse at a historic home", i *International Journal of Heritage Studies*, 17:2, 116–135.
- Hviid Mortensen, Christian & Westergaard Madsen, Jacob, 2015. "The sound of yesteryear on display: A rethinking of nostalgia as a strategy for exhibiting pop/rock heritage", i *International Journal of Heritage Studies*, 21:3, 250–263.
- Karpik, Lucien, 2010. *Valuing the Unique: The economics of singularities*. Princeton University Press.
- Landsberg, Alison, 2004. *Prosthetic Memory: The Transformation of American Remembrance in the Age of Mass Culture*. New York: Columbia University Press.
- Liimatainen, Merja, 2015a. "En dag på Magasinsgatan – Resultat från en stadssittning. Centrum för konsumtionsvetenskap, Göteborgs universitet", i *CFK-rapport 2015:2*
- Liimatainen, Merja, 2015b. "Pop Boutique – en värld av återbruk av mode på Re:heritagemarknaden. Centrum för konsumtionsvetenskap, Göteborgs universitet", i *CFK-rapport 2015:2*.
- Lundgren, Anna Sofia, 2005. "Nostalg och samvete: Reflektioner kring nostalgi som strategi i berättelser om staden", i *Kulturella Perspektiv* 1:2–13.
- Milne, Richard; Wenzer, Jakob; Brembeck, Helene & Brodin, Maria, 2011. "Fraught cuisine: Food scares and the modulation of anxieties", i *Distinktion: Scandinavian Journal of Social Theory*, 12 (2), 177–192
- Massumi, Brian, 2002. *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*. Durham and London: Duke University Press.
- Ottoson, Erik, 2008. "Söka sitt: Om möten mellan människor och föremål", i *Etnolore* 32: Skrifter från Etnologiska avdelningen, Uppsala universitet.
- Palmköld, Anneli, 2015. "Reusing textiles", i *Culture Unbound, Journal of Current Cultural Research*, 7:31–43.
- Stewart, Kathleen, 2007. *Ordinary Affects*. Durham and London: Duke University Press.

Tannock, Stuart, 1995. "Nostalgia critique", i *Cultural Studies* 9 (3):453–464.

Websidor

www.goteborg.com
www.velour.se

SUMMARY

*Nostalgia as Affective Device on the Market
for Retro and Vintage*

*(Nostalgi som affektivt redskap
på retro- och vintagemarknaden)*

This article discusses how nostalgia is used as an affective device on the expanding market for retro and vintage to increase the value of the objects for sale and attract customers. Theoretically it draws

on theories of markets as performative and constructed by the help of practices, technologies and devices and from an understanding of affect as material and relational. The reader is guided to Magasinsgatan in central Gothenburg, a narrow street crowded with retro and vintage boutiques. Four devices were found to be used by the shop owner: nostalgic memory work, nostalgic fixturing, nostalgic storytelling and nostalgic practices. Together they provide examples of how nostalgia is used as one of many market mechanisms for generating 'a value of the unique' and 'a taste for the past' (Karpic 2010) of the retro and vintage objects for sale.

Keywords: retro, vintage, affect, device, market.

Helene Brembeck is a Professor in Ethnology and one of the two directors of Center for Consumer Science, CFK, at the University of Gothenburg, Gothenburg, Sweden.

Samtal med vinden

Kulturforskning i lufthavet

GÖSTA ARVASTSON är professor emeritus i etnologi vid Uppsala universitet. Han har studerat arbetsliv, moderniseringsprocesser, storstäder och kulturmöten. För närvarande är han gästforskare vid institutet för geovetenskaper vid Uppsala universitet.



det räcker med att se sig omkring. Vinden skapar reaktioner och utlöser händelser. De som går på trottoaren stänger munnen, knyter till halsduken, drar ner mössan och andas genom näsan. Några kisar med ögonen eller tar ett extra tag om jackan. En del för upp handen för att skydda ansiktet. Musklerna arbetar för att hålla balansen. Det är vinden som får dem att reagera. Till skillnad från andra etnografiska objekt går det inte att sätta en etikett på vinden. Luften och vindarna finns överallt och omsluter jorden. Rörelsen överskrider tid och rum.

Andra författare är förebilder i mina studier av lufthavet. Deras öppna perspektiv på tillvarons byggstenar är inspirerande. Socialantropologen Tim Ingold beskriver marken och himlen på ett nytt sätt i *Being Alive* (2011). Harvardprofessorn i fysik, John Edward Huth, publicerade nyligen *The Lost Art of Finding Our Way* (2013) och analyserar hur man orienterade sig med enkla instrument och tecken i landskapet i äldre tid. Lufthavets problematik leder kulturanalysen till den globala världen: Ett gränsöverskridande intresseområde "that embrace earlier differentiating cultures and geographical distance" (Frykman & Gilje 2003:46). De smalnande horisonterna monteras ner. Frågorna som utvecklas i dagens kulturforskning bryter mot den värld som Jean Baudrillard skildrade i *The Ecstasy of Communication*: "All the horizons have already been traversed, you have already confronted all the elsewheres..." (1987:43).

Vinden för med sig dofter och ljud. Den framkallar sinnesupplevelser och reaktioner – särskilt utmanande var dess oberäknelighet i äldre tid. Frågan om *skydragens* våldsamt fick sina uttolkare på 1700-talet. En av dem, Johannes Carl Wilcke, beskrev dem ingående i en upp-

sats vid Vetenskapsakademien 1782. Han förundrades över den förödande kraften i stormarna runt om i världen.

Vinden hade många förklaringar som pekade mot högre makters inflytande. Religionsforskaren James George Frazer skildrade en rad möjligheter att kontrollera vinden med magi i *The Golden Bough*. Ett exempel hämtade han hos inuiterna på Grönland. Så länge vinden låg på var det omöjligt att bege sig ut för att jaga eller fiska. När människorna till sist tröttnade på situationen gick de ner till stranden. Någon tog en tångruska i handen, och slog tångruskan mot vinden och ropade: Sluta blås!

Viljan att kontrollera vinden föddes ur osäkerheten. Även om den logiska substansen måste grävas fram så fanns det en god motivering, bättre att tala med vinden än att försjunka i väntan. I gränslandet mellan uppgivenhet och desperation hade vindmagin sin plats. Det ledde till *vi*-känslor som utgick ifrån att *vi* upplever samma saker. Det var detta *vi* som hade en tyst överenskommelse om det rådande vädret. Ett sådant samförstånd "...has something of the character of a secret society" (Goffman 1959:108).

I flera andra kulturer, bland annat på Shetlandsöarna, fanns föreställningen om att vindarna kunde kontrolleras med hjälp av en trasa eller tygstycke. På tyget fanns det tre knutar, som motsvarade den lätta och starka vinden, och slutligen orkanen. Genom att lossa en knut släpptes vinden fri. Inte sällan var det en äldre kvinna med övernaturlig förmåga som höll tygstycket i sina händer och sålde vindar till sjömän som blivit strandsatta. I andra kulturer användes stenar i det syftet. Avsikten var densamma, att kontrollera den fria vinden och stenen var en tung materia. I *Odysséen* berättas om Aiolos som fått uppdraget

från Zeus att ta hand om en väska, som innehöll alla vindarna. Den var låst med en silverring. Aiolos, härskaren över vindarna, lät bara västvinden slippa ut för att fylla fartygens segel med lagom vind, men giriga män undrade vad väskan innehöll. De hoppades finna silver och guld, och öppnade väskan vilket gjorde så att alla vindarna släpptes ut, vilket resulterade i en storm som svepte iväg dem alla.

DEN REPETITIVA LOGIKEN

De grekiska naturfilosoferna iakttog skiftningarna i vindarna. Vindrosen och vindriktningarna fungerade som väder-tecken. Från norr blåste den hårda vinden och från söder den milda. Scenväxlingarna var väntade. På mornarna när solvärmen fick luften att dallra över landskapet och den svala vinden drog in från havet över kusterna var vindarna väntade. Den återkommande rytmiken spelade in. Vindarna upprepade sig.

Värme och kyla, förnimmelsen av det våta och torra samt ljudet av regn och vindar, var återkommande kroppsliga upplevelser. Igenkänningen skapade vanor att röra sig i en *weather-world*, begreppet lånat från Tim Ingold (2011). De kroppsliga upplevelserna fanns lagrade i erfarenheten och skapade ett handlingsregister i mötena med vindarna.

Svårare var det att känna igen sådana himlafenomen som solgårdar, norrsken och jordbävningar. De var inte väntade på samma sätt och saknade den återkommande rytmiken. De kom i allmänhet utan förvarning och bröt mönstret vilket gjorde tolkningarna mera osäkra. De svåra stormarna hade en förmåga att överraska men filosoferna överöste invånarna med förklaringar. Det hände att filosoferna föll

på eget grepp när utläggningarna var så verklighetsfrämmande att ingen kunde ta dem på allvar. De väderkunniga gisslades i skådespelet *Molnen* av Aristofanes.

I den klassiska traditionen från Grekland och Rom saknade meteorologin gränser till andra filosofiska och litterära områden, poesin och de didaktiska poemen (Taub 2003). Universum och jorden var förenade till en helhet och eftersträvade balanser. Den kosmiska harmonin lade grunden till detta tänkande. Vinden bestämde allt, förklarade den grekiske filosofen Theofrastos. Den var i själva verket nyckeln till kunskapen om himlen, luften över marken och havet. Han var övertygad om att vinden strävade att utjämna obalanserna i luften som orsakades av solen och jordens utdunstningar. Det var solen som satte vindarna i rörelse och som även avslutade dem.

Via ett växande antal väderböcker, kalendarer och prognostica, fördes traditionen från Seneca och Theofrastos vidare i Europa under medeltiden. Främst i raden stod Aristoteles. I *Meteorologica* förklarade han att vindarna uppkom genom luftens rörelser i den nedre regionen, som sträckte sig så högt som till bergstopparna. Han beskrev hur vindarna påverkades av värmen som steg upp från jorden och friktionen mot universum. Luften fanns i alla kroppar och följde jordens rörelser, årliga och dygnsmässiga. Vad Aristoteles inte visste var att hans studier skulle föras genom tiderna till universiteten, klostren och de lärda sällskapen i Europa som ett vägledande tankegods, som långsamt började lösas upp under 1800-talet.

MOLNENS NAMN

Parisaren Louis Cotte, upplysningsman och präst i Montmorenci, var hårt bunden

till Aristoteles när han ställde samman en av 1700-talets viktigaste läroböcker, *Traité de Météorologie* (1774). Oturligt nog kom boken ut bara något decennium före de första bemannade ballongflygningarna, som öppnade nya möjligheter att utforska atmosfären. Ett mera allmänt problem var misstänksamheten som hade rotat sig mot de lärde i samhället. Ofta blev de föremål för löje. Det fanns ett inslag av galenskap i lärdom och av ondska i godhet i romantikens personuppfattningar. Som en karikatyr var professorstypen alltid tysk, försedd med den överdrivna punktligheten och den egocentriska livsföringen, berättade Sven Christer Swahn i *Den farlige lärde* (1975:354). I någon mån kan misstänksamheten och ironin förklara amatörernas inträde på scenen.

Intresset för himlen och vindarna spred sig som en folkrörelse omkring 1800. Invånarna i London drog ut på landet utanför staden på söndagarna och iakttog molnen och tävlade med varandra i lekfulla tolkningar. I denna paradisiska atmosfär fick molnen sina namn och apotekaren Luke Howard blev berömd för ett föredrag som han höll i december 1802. Som molnspecialist var han självlärd men kunnig i latin sedan skoltiden.

I den trånga lokalen på innergården vid Lombard Street i East End i London ställde Howard försiktigt ned en rulle med akvareller på golvet. Åhörarna hade kommit från flera håll, bland annat de lärda sällskapen i London. Sedan använde han en timme till att förklara varför molnen bildades och vad de borde kallas. Han utgick från tre huvudformer: cirrus, cumulus och stratus. Sedan fanns det en lång rad blandformer, cirrocumulus, cirrostratus och de sammansatta formerna cumulostratus samt cumulo-cirro-stratus, eller nimbus, regnmolnen.



Molnkamerans hårkors avslöjade ambitionen. De växande cumulusmolnen skulle fångas med precision. Källa: Hildebrandssons samling, Uppsala universitetsbibliotek.

När föredraget var slut kvarstod ett begränsat antal, väl definierade molnslag istället för hundratusentals. Med inspiration från Linné grupperade han dem i tre basfamiljer, cirrus betydde fiber eller hår på latin, cumulus hög eller stack och stratus lager eller skikt. Entusiasmen spred sig till konstnärer och författare medan den akademiska världen i allmänhet förhöll sig avvaktande. I samtiden utvecklades molnmåleriet av John Constable och William Turner. En av Howards största

beundrare var Johann Wolfgang von Goethe som hyllade honom med en dikt. Goethe hade alltid varit lyhörd för atmosfärens växlingar och intresserat sig för dess orsaker. Dessutom hade Goethe utvecklat en "geocentrisk teori" om molnens bildande innan Howard trädde upp på scenen, berättar Richard Hamblyn i *Molnens idéhistoria* (2001:199)

Molnen hade fått sina namn men diskussionen om vinden var fortfarande osäker. Kunde man tänka sig att vinden upp-

förde sig som strömmande vatten och motsvarade "luftflöden"? Jämförelsen låg nära till hands.

DEN NYA METEOROLOGIN

Var någonstans vindintresset och den nya meteorologin började är okänt. Det var en ström av samverkande faktorer. Möjligen började den nya meteorologin i Florens på 1600-talet där instrumenten utvecklades av Torricelli och Galilei eller i London vid början av 1800-talet där Luke Howard utvecklade sin klassifikation av molnen. De bestående frågorna om himlens ordning formulerades under 1800-talet men sökandet efter tider och platser där allsammans började vore meningslöst – sådana platser fanns inte. Ingen enskild plats eller faktor hade en sådan bärighet. Den nya meteorologin var en internationell rörelse. I den stora bilden framträder genomgripande förändringar på universitetet. Brytningen med stjärnkunskapen, som alltid hade varit den vetenskapliga hemvisten för ämnet, ledde inte till något korståg för att sprida den nya läran. Dessutom var det inte fråga om någon uppgörelse. Meteorologin skiljdes från astronomi men det skedde i samförstånd.

RESAN TILL PARIS

När våren kom ordnade han sin resväska. De långa skymningarna lade en blå färgton över stadens gator och tak. Våren var en bra tid för resor och tankarnas näringsställen fanns därute. Den unge Uppsalaforskaren Hugo Hildebrand Hildebrandsson reste ut i Europa 1869.

Efter ett kort uppehåll i Köpenhamn for han till Berlin. Den prussiska väder-

tjänsten var infekterad av Doves teorier och Hildebrandsson kände sig upprörd över hans position som en av tidens auktoriteter trots att det var just hans berömdhet som fått honom att välja väg som ung student. Nu var hans teorier ovederhäftiga och till glädje för ingen. Heinrich Wilhelm Dove var övertygad om att alla vindar kom från ekvatorn där luften var varm och strömmade sedan upp över Europa i den luftström som han kallade *ekvatorialströmmen*. Sedan var det *polarströmmen* som blåste tillbaka och fyllde tomrummet vid ekvatorn. Med Doves teori hade många låtit sig nöja på 1850-talet efter att ha läst *Gesetz der Stürme* i tron att solen var den stora motorn i atmosfären men kritiken mot honom ökade på sextioalet.

VINDARNA PÅ HAVEN

I början på femtioalet hade marinofficeren Matthew Fontaine Maury, chef för observatoriet i Washington, beskrivit hur vindarna strömmade över oceanerna. Tidigare hade man trott att den snabbaste vägen mellan kontinenterna var en rak kurs på destinationen. Man förlitade sig på klimatologin och accepterade att oceanernas fartsträckor bestämdes av de stående vindarna. Efter att ha granskat tusentals loggböcker, insamlade från olika fartyg, kunde han visa att vindarna på haven böjde av i svepande kurvor. Några fartyg som seglade efter hans anvisningar gjorde resan från Nordatlanten till Australien på halva tiden. Det var en sensation. Det betydde snabbare resor och mindre tid till sjöss. Exponeringen för risker blev mindre och lönsamheten ökade. På traden England–Australien gick det att spara miljoner pund varje år.

Egentligen var loggboksanalyserna inte

märkliga. Källmaterialet låg serverat. Det nya var observationsmetodiken. Det gick att tala om vindarna på ett nytt sätt istället för att förlita sig på den muntliga traditionen bland sjömännen och klimatologins svepande vindöversikter. Det gällde att registrera vindarna systematiskt. Så infann sig en känsla av lättnad efter Maury's undersökningar och resultaten presenterade han med vindrosor för varje månad. Situationen var under kontroll. Vindarna hade blivit avslöjade. Därefter kom den internationella Brysselkonferensen 1853 för att bringa reda i dem. Konferensen leddes av direktorn för observatoriet i staden, den kände astronomen, professorn Adolphe Quetelet, men Maury fick spela huvudrollen. Som svensk representant deltog en löjtnant Pettersson.

Brysselkonferensen resulterade i en plan för observationer längs kusterna och på haven. Loggboksmetoden förfinades. De marina fartygen och handelsfartygen i länderna skulle förvandlas till mobila observatorier och utrustas med instrument. Kartorna fick sitt genombrott. Metoden gick ut på att pricka in data från observationerna på översiktskartor. De politiska stormakterna England, Holland, Preussen, Ryssland och Österrike gick i spetsen och lovade varandra att inrätta centralinstitut i sina länder för att bistå sjöfarten med stormvarningar. Stormarna fick inte längre överraska någon. Spelet med livet som insats måste få sina regler. Hundratals vakande ögon skulle följa stormarnas väg och knacka fram rapporter på telegraferna.

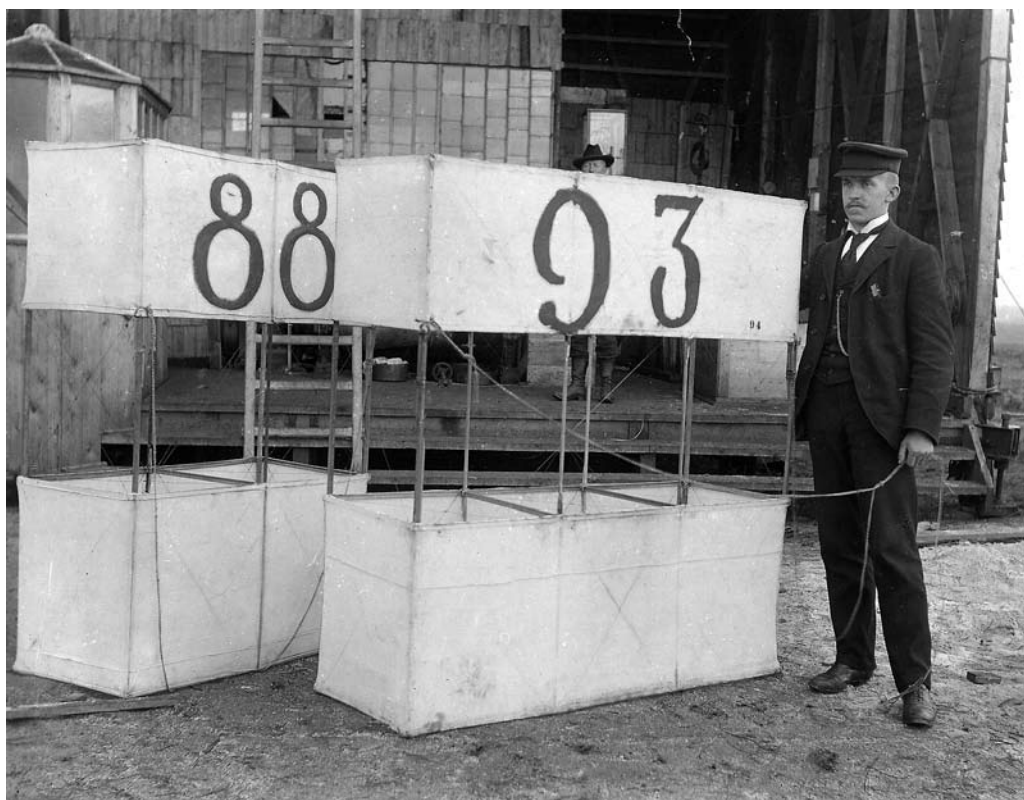
FARTYGSKATASTROFEN VID KRIM

Nu var Hildebrandsson i Paris. Han hade just träffat observatoriets direktor, astro-

nomen och matematikern Leverrier och chefen för väderlekstelegrafen, Rayet. Mottagandet hade varit hjärtligt. Sedan hade dörrarna öppnats och stått på vid gavel. Han började undersöka verksamheten och rycktes med av stämningen. Den var energisk och produktiv. Betydelsen av Brysselkonferensen 1853 för de internationella strävandena var odiskutabel men nu fick han kännedom om en annan händelse, som sent skulle glömmas, den 14 november 1854. Den dagen hade de engelska och franska flottstyrkorna råkat ut för en förödande storm under belägringen av Sevastopol under Krimkriget. Förlusterna i människoliv och ekonomiska värden blev stora. Några stormvarningar hade aldrig blivit utfärdade. Krigsministern i Frankrike, marskalk Vaillant, hade blivit upprörd och beordrat Leverrier, nyutträd direktor för Parisobservatoriet, att skyndsamt utreda varför meteorologerna hade missat stormen. Matematikern Urbain Jean Joseph Leverrier, tidigare professor i *Mécanique Céleste* vid Sorbonne, var känd för sin analytiska förmåga.

Hildebrandsson lyssnade och antecknade. Stormen på Svarta havet måste komma med i reseskildringen, tänkte han och skrev ner hela historien.

Efterforskningarna visade att stormen hade utvecklats i nordvästra Europa. Sedan hade den dragit mot sydost och passerat flera länder på sin väg mot Svarta havet. Många hade drabbats av den. Nog hade det varit enkelt att sända ut varningar med telegrafins hjälp. Engelsmannen Fitzroy, amiral och meteorolog i London och chef på *HMS Beagle* när Charles Darwin seglade runt jorden 1831–1836, hade börjat använda telegrafen för att sända ut stormvarningar till havs tidigt på 1850-talet. För honom var alla medel tillättna. Om detta vittnade den "fiskarbarometer"



"Det blåser mer än half storm, men föregående vakt har lyckats bra och just fått lyckligt ned instrumenten från mer än 2000 m. höjd." Station franco-scandinave de sondages aériens var ett forskningsprojekt som genomfördes med drakar och ballonger vid Hald i närheten av Viborg på Jylland år 1902. Det leddes av Hildebrandsson och fransmannen Leon Teisserenc de Bort. Källa: Hildebrandssons samling, Uppsala universitetsbibliotek.

som han hade uppfunnit och distribuerat till hamnarna med en enkel handbok för att göra kustbefolkningen uppmärksam på stormarna.

DEN TELEGRAFISKA METEOROLOGIN

Nu var det möjligt att presentera den telegrafiska informationen på kartor. Metoden att följa stormarnas väg och visa lufttryckets fördelning på kartor, isobarkartor, var känd sedan 1840-talet men hade inte bidragit till några nya arbetsrutiner vid den tidpunkten. Det var den holländske

fysikern Buys-Ballot som insåg sambandet mellan lufttrycket och vindarna.

Telegrafin väntade på sitt genomslag. Som metod för dataöverföring var den oöverträffad men utan observationer fanns det inget att telegrafera. Inte ens i Centraleuropa var antalet observatorier tillfredställande och längre norrut i Europas periferi slank stormarna igenom på sin väg österut och förblev okända. Med så få stationer fanns det inga möjligheter att beskriva det europeiska vädret. Särskilt bekymmersamt var det i Östeuropa. Mellan Wien och Krim förekom ingen meteorologisk verksamhet.

Följden blev ett omfattande nätverksbygge med kommunikationslinjer mellan Europas länder. Själva noden var Parisobservatoriet. Med telegrafins hjälp strömmade nu rapporterna till Paris varje morgon klockan åtta och sedan sammanställdes informationen på kartor, som visade lufttryckets fördelning över Europa. Med dessa kartor som inspirationskälla utvecklade Hildebrandsson sina tankar om vindarnas ursprung. Nu förstod han att det var lågtrycken som underhöll vindarna. Den avlänkande kraften, som framkallades av jordrotationen och som långt senare kom att kallas Corioliskraften, visade sig tydligt på kartorna. I Paris satt han och gjorde anteckningar. Vindarna strömmade runt vandrande barometerminima i "burrasker", virvlar, på ett förutsägbart sätt. Vindarna hade fått sin förklaring.

Mina studier i Hildebrandssons rika produktion av artiklar och handskrifter bidrog till att levandegöra denna historia. En annan anledning till mitt intresse är det outtalade fredsprojekt som de internationella nätverken utgjorde vid denna tid. Samarbete mellan länderna var en nödvändighet och bakom dem skyntade en tanke om någonting som var mycket större än antalet tillgängliga barometrar, nämligen ett världsomfattande nätverk som ställde krav på gemensamma observationsmetoder och standardiserade begrepp. Det fanns tydliga likheter med drömmen om en gemensam värld där folken talade samma språk, krigen var avslutade och de "trångsynta nationerna" upplösta. Så genomfördes världskulturen på ett begränsat fält. Den ursprungliga världskulturtanken slutade i gatuupplopp under de blodiga junidagarna 1848.

Fortfarande på 1860-talet förekom det att antikens filosofer trängdes med 1700-talets teoretiker på bokhyllorna. Äldre

läroböcker föräldrades i rask takt vilket bidrog till ett stämningsläge i samhället som gick ut på att gamla sanningar inte längre gällde. För många var det en bra situation, en opportunitetssituation, medan andra förlorade orienteringen. Vid de svenska universiteten diskuterades *tidens mouvement* som om själva tiden blivit ett skenande ekippage. Till sist hade den "nya meteorologin" samlat så mycket kraft att den bröt fördämningarna och forsade in i lärosalarna.

Med den nya meteorologin förstärktes internationalismen. Det regnade och blåste på samma sätt i alla länder och molnen seglade obehindrat över arméer, gränspassager och murar. Lufthavet var den fulländade föreningen av jordens folk, en mångkulturell allmänning. Mänskligheten andades samma luft. Oceanerna var ett transnationellt intresseområde.

VETENSKAPSTVIVEL

Vid mitten av 1700-talet började några meteorologer misstänka att klimatet försämrades. Professor Kratzenstein i Köpenhamn tyckte sig finna att medeltemperaturen i Danmark hade fallit och tvekade om orsaken. Kanske berodde det på eclipticons avtagande lutning eller jordens inre värme. Frågan utreddes av Fredrik Wilhelm von Ehrenheims i ett föredrag inför Vetenskapsakademien 1824. Det handlade om *Climaternes rörlighet*.

Det rädde tvivel om det var solstrålarna som värmde luften, om de överhuvudtaget hade en sådan förmåga, eller om det berodde på värmen som kom från jorden. Med ballongflygningar i Berlin, Paris, Bratislava och Vilnius ökade oklarheterna. Atmosfären visade inte det förväntande temperaturavtagandet när ballongerna

steg upp genom molnen. Det förekom till och med att det blev varmare på högre höjd. Naturen präglades av ombytlighet, förklarade von Ehrenheim. Man kunde tro att klimatet funnit en jämvikt. Men så var det inte. Vatten och land förändrades ju ständigt vilket återverkade på klimatet. Själva jordens gång runt solen och månens kring jorden hade sina mönster och cykler. Varför skulle då klimatet vara bestående?

Glaciärerna såg ut att växa och många tecken tydde på jorden höll på att avkylas. Det kunde bero på att jorden åldrades och att jordvärmen inte nådde markytan i samma utsträckning som tidigare. Jordvärmen hindrades av nya jordlager, som sedimenterades på den gamla ytan. Ett annat bevis hämtades ur folktraditionen. Det hette att Grönland varit befolkat av bönder som skötte sina jordbruk och lant-hushåll. Befolkningen hade haft ett gott leverne. Flera fartyg hade därefter letat efter det blomstrande landet men aldrig funnit något annat än is så långt ögat nådde. Det försvunna landskapet med sina grönskande dalar lade ytterligare bränsle på diskussionen.

Föredraget passade väl in i stämningarna senare på 1860-talet. Långsamt när-made sig istiden. Men talet om klimatförändringar var ett politiskt vapen mot industrialismen och framtidsivrarna. Den enkla retoriken passade de konservativa intressena och grundade sig på upplevelsen, vad man kunde se med egna ögon. Det rörde sig om små tecken i naturen, ned på insektsnivå. Med sådana bevis fanns det ingen anledning att ödsla tid på akademiska klurigheter. Leonhard Fredrik Rääf, folkminnesforskare och konservativ riksdagsman, hävdade ivrigt att årstiderna började flyta in i varandra. Vårarna flöt in i somrarna och somrarna i hös-

tarna. Årstiderna suddades ut vilket märkesdagarna på runstavarna vittnade om. De stämde inte längre. Hästar blev inte lika gamla, skalbaggar färrer och snokarna sällsynta. Tidigare hade de funnits vid varje ladugård. Orsaken var tidens förflackning:

Mången skulle ock vilja tillägga moraliska orsaker: man kunde påstå att i den mån kärleken till Gud, anhörige och hembygd aftager, utsluten af sjelfviskhet och egenkärlek, skulle samma iskyla, som dessa egenskaper bilda i den enskildes hjerta och i sammanlefnaden, erhålla sin motsvarighet i den yttre naturen (Rääf 1865:347).

KLIMATORO

Till en början var det naturvetarna som hade privilegiet att föra diskussionen om klimatförändringarna, skriver Naomi Klein i *This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate*. Senare uppstod en opposition som liknade en folkrörelse. Den vände sig mot vetenskapens oförmåga att upptäcka faror i tid och oron för att någonting pågick som skulle komma att påverka allt liv på jorden.

The collective response to the climate crisis is changing from something that primarily takes place in closed-door policy and lobbying meetings into something alive and unpredictable and very much in the streets (and mountains, and farmer's fields, and forests). (Klein 2014: 299)

1800-talets människor oroade sig i den samhällskontext som de levde i och Hildebrandsson lade sig i debatten och visade med statistiska översikter att allt var i sin ordning. Men den kulturella oron som Naomi Klein skildrar ger henne möjligheter att beskriva orsaken, misshushållningen av jordens resurser. Bevakningen

av de förödande cyklonerna i vår tid genomsyrar medierna på ett sätt som inte var känt tidigare vilket leder till ännu ett perspektiv på vad vindarna gör. Att de skapar oro är ingenting nytt. I 1700-talets väderböcker noterade observatörerna ”våldsam storm”, eller ”våldsam orkan” när det var svårt att stå upprätt. Frågan om väderlekens dramaturgi landar ofta i psykologiska förklaringsmodeller.

TILLSKRIVNA BETYDELSER

Vindar framkallar känslor av oro men även trygghet. Den goda vinden var i äldre tid den sydliga vinden som resulterade i känslor av välbefinnande medan den onda vinden skapade nervositet, särskilt när den fortsatte att provocera. Magin vittnade om osäkerheten. Med ord och handlingar försökte människan få kontakt med luften och vindarna, som tillskrevs egenskaper och karaktär. Därmed blev de mindre främmande. Det spelade mindre roll vad orden hade att säga. Även om den logiska substansen måste grävas fram så tjänade de syftet, att göra vindarna hanterliga.

Men det var varken gudarna eller himlen som talade. Det var människan som tillskrev luften ett språk och som trodde sig veta att vinden hade något säga. Hon njöt av sin förmåga att läsa vindarna. Därmed var cirkeln sluten, människan projicerade sig själv på himlen.

En människa som aldrig sett hur vinden drar genom träden och ruskar om i grenar och löv skulle antagligen ha känt sig utlämnad. De tillskrivna betydelseerna gjorde henne tryggare, orden hade sina rytmer och associationer, på rim eller prosa och stod som vägmärken i ett osäkert landskap. När någon väl hade funnit

dem och insett att de var trovärdiga kom nya resenärer i spåren. Traditionen var självgenererande i den meningen att den födde nya ord för samma fenomen medan bruket att läsa vindarna och molnen fortsatte och var oförändrad. Utan orden vore alla vindar främmande.

Problemet med vinden var att den bara bestod av luft. Hur finner man en måttstock för att beskriva luften? Ett sätt att gå vidare är att börja lyssna, se och lägga märke till vad vinden gör med människor.

När jag fältarbetade i bilfabrikerna och på varven så var det inte himlen över de vidsträckta områdena med produktion som jag tänkte på. Det regnade över dockorna, det blåste en hård vind från havet när ställningsbyggarna klättrade på de sista byggena av kylfartyg på Arendalsvarvet. Det var kallt att sitta och svetsa. Berätta om din första tid på varvet! Berätta om dina jobbkompisar! I anteckningsboken fastnade noteringar om svarvar och svetsfrossa, umgängesliv och fikarum. Jag frågade aldrig något om vinden.

REFERENSER

- Aristotle. *Meteorology*. Translated by E. W. Webster. The University of Adelaide 2015. (<https://ebooks.adelaide.edu.au/a/aristotle/meteorology/index.html>).
- Arvastson, Gösta, 2012. *Drömmar om luften: Berättelsen om en kvinnlig flygare på trettioalet*. Stockholm: Brutus Östlings bokförlag Symposion.
- Arvastson, Gösta, 2014. ”Himlens ordning”, i *Rig* vol. 97, nr 4.
- Bachelard, Gaston, 1996. *Luften och drömmandet: Essä över föreställningen om rörelse*. Lund: Skarabé.
- Baudrillard, Jean, 1988. *The Ecstasy of Communication*. New York: Autonomedia.
- Ehrenheim, Fredrik Wilhelm von, 1824. *Om cli-*

- maternes rörlighet; tal hållet vid praesidii nedläggande uti Kongl. Vetenskaps-Academien. Stockholm.
- Frazer, James George, 1913. *The Golden Bough: A Study in Magic and Religion*. London: Macmillan.
- Frykman, Jonas & Gilje, Nils (red.), 2003. *Being There: New Perspectives on Phenomenology and the Analysis of Culture*. Lund: Nordic Academic Press.
- Goffman, Erving, 1990 [1959]. *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin.
- Hamblyn, Richard, 2005. *Molnens idéhistoria: Hur skyarna fick sina namn*. [Ny utg.] Stockholm: Månocket.
- Hildebrandsson, Hugo Hildebrand, 1869. *Om organisationen af den meteorologiska verksamheten i utlandet samt förslag till dess ordnande i Sverige; reseberättelse*. Upsala.
- Howard, Luke, 1865. *Essay on the Modifications of Clouds*. [First published 1803.] Third edition. London: John Churchill & Sons.
- Huth, John Edward, 2013. *The Lost Art of Finding Our Way* [elektronisk resurs]. Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Ingold, Tim, 2011. *Being Alive: Essays on Movement, Knowledge and Description*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Klein, Naomi, 2014. *This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate*. London: Allen Lane.
- Räaf, Leonhard Fredrik, 1865. *Samlingar och anteckningar till en beskrifning öfver Ydre härad i Östergötland*. Fjerde delen. Örebro.
- Swahn, Sven Christer, 1975. "Den farlige lärde", i Björck, Staffan; Fehrman, Carl & Arvidsson, Rolf (red.), *Diktaren och hans formvärld*: Lunda studier i litteraturvetenskap tillägnade Staffan Björck och Carl Fehrman. Malmö: Allhem.
- Taub, Liba Chaia, 2003. *Ancient Meteorology*. London: Routledge.
- Wilcke, Johannes Carl, 1782. *Försöken til uplysning om luft-hvirflar och sky-drag*. Kongl. Vetenskapsakademien. Stockholm.

SUMMARY

*Conversations With the Wind
Cultural Research in the Air
(Samtal med vinden
Kulturforskning i luften)*

Unlike other ethnographic objects, it is impossible to put a label on the wind. Air and winds are everywhere and transcend time and place. The "new meteorology" became an international movement in the late 19th century. Cooperation between countries was a necessity. There were clear similarities with the dream of one world in which peoples spoke the same language, the wars were over and the "narrow-minded nations" dissolved. In this sense, a world culture became realized in a limited field. The original ideas of a world culture ended in street riots during the bloody days of June, 1848. The article concludes with some remarks on today's climate debate.

Keywords: wind, heaven, predictability.

Gösta Arvastson, Professor Emeritus, Department of Cultural Anthropology and Ethnology, Uppsala University, Uppsala, Sweden.

Det gamla släkthuset

Minnen, miljöer och autoetnografi

BIRGITTA MEURLING är professor i etnologi vid institutionen för kulturanthropologi och etnologi, Uppsala universitet och docent i folkloristik vid Åbo Akademi. Hon har forskat om prästerlig kultur, genusperspektiv i museibranschen, anorektikers självbiografier, kön och karriär i universitetsvärlden samt bruk av folklore i upplevelseindustrin. Hon har bl.a. varit redaktör för antologierna *Talande ting: Berättelser och materialitet* (2014, tillsammans med Katarina Ek-Nilsson) och *Vid hans sida: Svenska prästfruar under 250 år – ideal och verklighet* (2015, tillsammans med Ulrika Lagerlöf Nilsson). För närvarande arbetar hon med en undersökning som handlar om prästers syn på ämbetsdräkten.



”Litteratur är konsten att berätta sin egen historia som om den vore någon annans och andras historier som om det vore ens egna”, skriver nobelpristagaren Orhan Pamuk (2007:19). I någon mån gäller detta även för etnologer. Vår forskning handlar visserligen om andra människors liv, men berör också ofta vårt eget. Vårt personliga bagage smyger sig på olika sätt in i den professionella verksamheten. Denna insikt är förvisso sedan decennier etnologiskt allmängods och att försöka genomskåda och hantera det habituella bagaget ingår i etnologens reflexiva hantverk (Bourdieu 1996, Ehn & Klein 1994). En rad forskare har diskuterat problematiken och några har också gett sig i kast med den autoetnografiska metoden och skrivandet för att bättre förstå vad som formar oss såväl privat som professionellt (se t.ex. Ehn 2011; Liliequist 2012; Wolanik Boström 2012).

När jag arbetade med min avhandling försökte även jag att vara reflexiv, men diskuterade i första hand valet av avhandlingsämne i förhållande till min uppväxt i en prästfamilj. Allteftersom åren gått har jag naturligtvis insett att också en rad andra faktorer påverkat mitt sätt att vara och verka. Allt handlar inte om ”prästeriet”, utan väl så mycket om min mors samvetsgranna lärargärning, min morfars klassresa och hans svärföräldrars ekonomiska svårigheter efter första världskriget. Jag har också insett att den fysiska miljön, familjefolkloren och kroppsspråket är betydelsefulla vägvisare, som anger och rekommenderar framtida färdleder. Barnet lär sig tidigt att tolka den vuxnes höjda ögonbryn, skälvande näsvinge och krökta mungipa, lär sig vad som är möjligt, förväntat och tillåtet.

Denna artikel ger exempel på hur den fysiska miljön,

tingen och familjeberättelserna är aktiva ingredienser i skapandet av självbild och identitet. Eftersom släktingars betydelse för uppväxande barn tycks vara ett relativt outforskat område (Liliequist 2012:240f), blir mitt bidrag i sammanhanget att visa hur släktingar och andra närstående, i det levda livet såväl som i berättelser och minnen, kan bli viktiga i identitetsprocessen. Inspirerad av bland andra etnologerna Marianne Liliequist (2012) och Katarzyna Wolanik Boström (2012), som skrivit om sin barndoms mostrar, tanter och farbröder, kommer jag att med familjens sommarhus som utgångspunkt göra ett slags minnesetnografi. "Platser håller kvar ett minne av det som utspelats där – de är mer än kulturella konstruktioner" (Frykman 2012:58), menar etnologen Jonas Frykman och det går att söka sig tillbaka till dem med förhoppningen att de skall avslöja vad som en gång hände där (ibid.). Det är vad jag i någon mån har försökt göra.

Forskningsmetoden är autoetnografisk i den meningen att mina egna erfarenheter och minnen utgör det centrala materialet.¹ Dessa kompletteras dock med fotografier, brev, dagböcker, ting och möbler som omger mig i sommarhuset. Detta blir då vad etnologen Liv Emma Thorsen (1993) kallar en "huskeboks", alltså en ask eller låda fylld med ting som lockar fram minnen och berättelser. Gamla släkthus framkallar för övrigt gärna nostalgiska barndomsminnen, tankar på släktnys och trivsel, men även minnen av uppslitande familjefejder. Carl Larsson-idyllen under stora björken kan i ett nu förvandlas till en Lars Norén-uppgörelse på glasverandan, händelser som lever vidare i berättelser och släktkrönikor. Sedan länge döda släktingar och familjevänner träder fram i blyxtbelysning och förmedlar sitt, eller

snarare berättarens, budskap. Alla dessa minnen och berättelser är av naturliga skäl tillbakablickande och revideras kontinuerligt i takt med att vi gör nya erfarenheter (Wolanik Boström 2012:216). De formar och omformas, de tolkas och omtolkas och några absoluta sanningar existerar naturligtvis inte.

HUSET VID SJÖN

Hur nalkas jag då min barndoms sommarhus? Jo, genom en promenad i trädgården och genom huset. I tanken öppnar jag därför den vita, enligt uppgift arkitektritade grinden, kliver ut på grusgången mellan de numera rätt förvildade rabatterna, möts av ett antal flerhundraåriga ekar under vilka ett rött tvåvåningshus i trä är beläget. Bortom huset till höger breder sjön ut sig. När huset byggdes 1907 målades det blekrosa med svagt gröna knutar, vilket visade sig vara en mycket opraktisk färgsättning på ett hus som låg under stora ekar, som smutsade ned den ljusa färgen. Huset målades därför relativt snart om i rött med vita knutar.

Det här sommarhuset är naturligtvis en produkt av sin tid, som i det här fallet var "textilens Norrköping" vid förra sekelskiftet. Mannen som lät bygga det var min mammas morfar, Karl Södergren. Han ägde en mindre textilfabrik i detta Sveriges Manchester och i likhet med sina fabriksägare ville han ha ett lantligt sommarställe – och blotta ordet signalerar vad det handlar om: ett hus för vila och nöjen! Han valde dock att bygga det vid sjön Glan och inte i Arkösunds skärgård, till min mammas stora förtret. Det var nämligen i Arkösund som de riktigt "fina" familjerna bodde. Nu var det emellertid inte så illa med den sociala rekryteringen



Barbro och Gunilla, min blivande mor och moster, framför sommarhuset Ekudden under ekarna vid Glan. Senare delen av 1930-talet. Foto: Privat ägo.

vid Glan heller. Hit flyttade undan för undan en kronofogde, en bankdirektör, en rådmän, en stadsträdgårdsmästare och så småningom en rad tjänstemän och skötssamma arbetare, ja, till och med en präst. Och några kilometer längre bort låg herrgården med ekotempel på klipporna vid sjön och en ägare som var både adlig och tillika namnkunnig motorcyklist (Meurling 2009).

Ja, det var något om husets bakgrund och det jag slås av, när jag nu sitter vid tangentbordet, är de sociala gränser som finns inskrivna såväl i trädgårdens design som inne i huset. Frukträdgården, blomsterrabatterna och trädgårdslanden, som vi fortfarande ser spår av, anlades av arbetare från textilfabriken Södergren & Son och stenpartiet, som nu är tämligen igenbuskat, anlades av en ung man med mindre gott renommé och som min morfar för-

sökte hjälpa på fötter. Den lilla segelbåten, vars roder står i källaren, eller om det är i någon av bodarna, är en påminnelse om att huset skulle nalkas från sjösidan. Det var huvudentrén och fabrikör Södergren lät till och med trycka upp ett foto föreställande huset från sjösidan som vykort. I trädgårdens borte ände fanns bodar, uteddass med fjöl med tre hål (varav en barnvariant) och ett skjul åt kon som familjen hyste under första världskriget.

VI SOM GÅR KÖKSVÄGEN

Etnologer lär uppskatta köksingångar och även jag använder av praktiska skäl oftast husets köksingång, i stället för att gå in från glasverandan mot sjön. I köket upptäcker man den första markör som signalerar såväl klass som kön i form av den

serveringslucka som finns mellan köket och dåvarande matsalen. Tjänstefolket eller den köksverksamma delen av familjen, det vill säga kvinnorna, använde sig av luckan för att slippa gå flera onödiga meter mellan köket och matsalen. Luckan sattes emellertid igen när mina föräldrar lät renovera huset invändigt i slutet av 1960-talet. Den är synlig i köket, men inte i den forna matsalen som för övrigt sedan länge inte används som matrum längre.

Innanför köket ligger den s.k. jungfrukammaren, ty fast huset inte är enormt hade familjerna Södergren och sedermera Ulander tjänstefolk, åtminstone så länge barnen var små. Jungfrun eller barnflickan kan dock inte ha haft mycket till privatliv i detta föga avskilda krypin, eftersom det är ett genomgångsrum. Det var förmodligen inte heller meningen. I detta rum huserade jag under min barndoms somrar. Här sov jag gott i en gammal järnsäng från anno dazumal under ett lapptäcke som min mammas faster Ruth tillverkat och mellan lakan märkta med släktinitialer.

Om vi går vidare kommer vi ut på glasverandan med utsikt över sjön. Verandan leder tankarna till glada sommarkvällar med punsch- och kaffedrickande, klang och jubel. Möblerna är dels inspirerade av Sundborns lätta ljusa inredningsstil, dels av de s.k. dalamöbler som blev moderna i dessa trakter på 1920-talet. Blombordet med pelargonior och andra krukväxter andas Karin Larsson- eller möjligen Ellen Key-inspiration.

Möblerna är för övrigt ett kapitel för sig, eftersom varje generation dragit sitt strå till stacken och möbelstilarna är mångskiftande. I det stora rummet (den forna matsalen) på nedervåningen har min far satt avtryck genom en av honom

auktionsinropad soffa i gustaviansk stil (möjligen 1700-tal), bord och stolar i pärlgrått samt ett stort vitt skåp och en guldinramad spegel, som han ärvde efter sin mor. Går man upp i trappan och stannar på avsatsen vid det stora burspråket finner man en golvspegel som ganska omotiverat fått sin plats där och i taket i den öppna hallen hänger en kristallkrona som ter sig en smula malplacerad. Båda dessa är arv efter min morfar, som hade dem i sin paradvåning på Drottninggatan i Norrköping och som fanns i mitt barndomshem inne i staden under min uppväxt. Vid min fars bortgång fick dessa pinaler inte plats i ett modernt parhus med lågt i tak och än en gång blev sommarhuset förvaringsplats för "överblivna" möbler och andra prylar.

I trappan upp till övervåningen liksom på glasverandan kan vi för övrigt se ytterligare en gränsmarkering: man ser spår av att det funnits en vägg, som nu är borttagen. Familjen Södergrens välstånd dalade nämligen efter första världskriget, då många av de mindre textilfabrikerna i Norrköping gick i konkurs. Som en följd av detta råkade många människor i ekonomiska svårigheter, så även Ebba och Karl Södergren. De hyrde då under en period ut halva sommarhuset och bodde i den andra halvan själva. Därför avdelades huset med en mellanvägg, en ny yttertrappa byggdes mot bäcken och en ny dörr togs upp på glasverandans gavel. Den nu avlägsnade väggen och den sedan länge oanvända extradörren på glasverandan vittnar om detta. Utgången mot bäcksidan finns dock kvar och används ibland.

LIVET ÄR ETT LÄROSTYCKE

När familjen Södergren kom på obestånd fick min morfar, som gjort en bra karriär,

och en av hans svägrar träda in och bidra till sina svärföräldrars försörjning. Det var inte roligt för någon av de inblandade och ledde närmast till en schism, som nog delvis hade klassmässiga förtecken. Morfar Manne var nämligen klassresenär och son till en fattig änka från Ångermanland. Förmodligen hade han ett visst läshuvud och kostades på högre studier. Efter avlagd studentexamen i Norrköping, läste han juridik i Uppsala och blev så småningom rådman i den gamla textilstaden. Han gifte sig ”uppåt” i den sociala hierarkin, enligt tidens sett att se och fick i början känna av att han var den fattige norrlandspojken som gifte sig med den då välbeställda fabrikörens vackra dotter. Det sägs att hans mor fick byka med Södergrens pigor och alla vet som bekant att svinhugg går igen. Kanske tog Manne chansen att sätta sin svärfar på plats, nu

när denne blev beroende av honom. Det är svårt att veta, men familjeberättelserna ger antydningar i den vägen.

Morfar Manne hade förmodligen hela livet ett visst behov av att markera sin förvärvade ställning på den sociala rangskalan, vilket satte avtryck i fråga om livsstil, umgänge och sociala nätverk. Det rådde ingen tvekan om att livet var ett lärostycke, vilket inte minst hans döttrar fick erfara. I sommarhuset vittnar både portor och inglasad fjärlilssamling om att inget tillfälle att skaffa sig nya kunskaper fick gå en ur händerna. Flit och ambitioner var inträdesbiljetten till ett gott framtida liv – ingenting var gratis (jfr Frykman & Löfgren 1979).

Det finns mycket som vittnar om min mormor Esther och hennes båda döttrar i sommarhuset, bland annat Esthers brudklänning i elegant kartong samt några



Fri lek eller pedagogisk fostran? Gunilla och Barbro med farmor Stina, barnjungfrun och mamma Esther framför en av syrenbuskarna på landet. Senare delen av 1930-talet. Foto: Privat ägo.

tjugotalsklänningar med glaspärlebroderier, liksom min mammas femtio- och sextiotalsklänningar. Husgeråd, leksaker, böcker, brev och fotografier talar också sitt tydliga språk: detta var på många sätt ett kvinnohushåll. Ändå förnimmer man ett stråk av patriarkalisk fostran och kontroll. ”Bara fruntimmer!”, kunde Manne undslippa sig ibland när längtan efter en manlig arvinge blev honom för stark. Esther har i familjeberättelserna framstått som en hustru som var mycket underordnad sin man, vilket hon säkert var på många sätt. Men hennes brev och dagböcker visar att hon också kunde vara handlingskraftig och initiativrik (Meurling 2011).

Ett mycket tydligt tecken på Mannes behov av att mäta och sortera syns fortfarande svagt på balkongens dörrpost, där han varje sommar mätte familjen och sig själv och med blyerts noterade längd och datum. Farmor Kristina var endast 147 centimeter i strumplästen, medan far i huset var drygt 170 centimeter. Han kände sig ganska reslig, enligt min mor. Dock skulle kommande generationer vara betydligt längre.

FÖRÄNDRINGENS VINDAR

I denna miljö fick jag mycket tydliga scenanvisningar om vad jag borde göra och inte göra. Även om mina föräldrar inte hade sociala ambitioner på samma sätt som morfar Manne, hade min uppfostran strikt borgerliga förtecken. Jag förväntades vara en snäll och lydig familjeflicka som skötte min skolgång och skaffade mig trevliga och väluppfostrade vänner. I stort sett följde jag nog också dessa riktlinjer och tonårsrevolten lät vänta på sig ganska länge.

Under 1960- och 1970-talen började emellertid förändringens vindar att blåsa, fastigheter bytte ägare och andra socialgrupper flyttade in i sommarstugeområdet. Själv fick jag två jämnåriga kamrater vars far var ”dammsugaragent” och vars mor arbetade inom sjukvården. Familjen hyrde det mindre huset som låg på samma tomt som kronofogde Lundgrens stora röda hus, där änkan och hennes trotjänarinna fortfarande bodde. Detta var gott och väl, våra föräldrar träffades några gånger över en kopp kaffe eller ett glas öl under otvungna former och mina föräldrar föll givetvis till föga och köpte en ny dammsugare av märket Electrolux. Den höll i många år.

Men den riktigt stora och dramatiska omvälvningen utbröt i början av 1970-talet, då änkefru Lundgren sålde sitt hus till en yngre familj med tre, snart fyra, barn och en röd ”raggarbil”. Ungefär samtidigt flyttade en grupp unga människor med vänstersympatier in i ett av de andra husen och bildade där ett kollektiv. De rättfärdiga urinvanorna var både förbluffade och indignerade, föga anande att en av dessa kollektivunglingar några år senare skulle göra romandebut och skapa sig en karriär som författare, låtskrivare och sångare.

Nu blev inte helt överraskande de sociala gränsstaketerna mycket tydliga. Dammsugaragentens döttrar hade jag utan problem kunnat umgås med, men jag förstod snart att det ansågs olämpligt för mig att leka med de med mig jämnåriga flickorna som åkte i den röda amerikana-bilen. Mina föräldrars kroppsspråk var mycket tydligt på den punkten. Och kollektivet på andra sidan Wijnvågen levde ett liv så väsensskilt från vårt eget medelklassiga att jag, som då var i tioårsåldern, själv begrep hur oerhört det var att dessa unga



Barbro leker med sin trambhäst, som fortfarande finns kvar på Ekudden, under överinseende av farmor Stina och mamma Esther i solstol med randigt tak. Omkring 1930. Foto: Privat ägo.

människor med sina radikala idéer rörde sig i samma miljö som vi andra.

Här blir det ändå rätt intressant, när jag ser tillbaka. De sociala gränserna fanns i princip inskrivna i själva planlösningen i vårt ärvda sommarhus. Det framstod alltså inte som konstigt för mig under min uppväxt att det fanns olika sociala grupper. En av de mest betydelsefulla ”tan-

terna” i mitt liv var t.ex. tant Inga-Lisa, som tillhörde god och rejäl arbetarklass och som var gift med en plåtslagare. Hennes uppgift var att ta hand om mig när mina föräldrar arbetade. Hon var glad, barnkär och visste absolut sin plats i den sociala hierarkin. Jag var mycket förtjust i henne och hon fanns där som en stark och trygg person under hela min uppväxt, ja,

hon blev i det närmaste en familjemedlem (jfr Liliequist 2012, Wolanik Boström 2012). Att leka med hennes barnbarn, som var jämnåriga med mig, var både tilllåtet och välkommet. Men att slå sig i slang med barnen i "raggarbilsfamiljen" föll på sin egen orimlighet, det förstod jag ju själv.

AUTOETNOGRAFISKA LÄRDOMAR?

Vad kan jag då dra för slutsatser efter att ha gått tillbaka till min uppväxts förlorade värld i sommarhuset vid Glan?

Många forskare har konstaterat att den fysiska miljön och tingen är centrala när vi försöker dra oss till minnes saker som hänt. Eller, som Jonas Frykman uttrycker det, när man försöker fånga subjektiva upplevelser, så finner man dem inskrivna i en materiell kontext. Platser och ting blir inbegripna i denna upplevelse- och minnesprocess samtidigt som de så att säga färgar av sig. "[...] varje plats innehåller mängder av antydningar, knuffar och direkta instruktioner för hur vi skall tänka och handla och vilka möjligheter som står till buds" (Frykman 2012:59).

Det är så jag tolkar min socialisationsprocess, när jag tänker tillbaka på mina första lärospån i huset vid Glan. Där, liksom på andra barndomens platser, lärde jag mig vikten av att kunna föra sig/mig och att veta sin/min plats. Även om jag har gjort en lång resa i flera bemärkelser sedan dess, så har dessa lärospån format min habitus och min självbild. Många av de gränsdragningar jag lärde mig då, sitter fortfarande i ryggmärgen och för att tala med Bourdieu (1984) innebär mina preferenser och min smak i viss mån fortfarande intuitivt "avsmak för andras smak"

eller "felaktiga" beteende. Jag stelnar till när folk inte kan "föra sig" eller överträder gränser som man helt enkelt inte överträder, åtminstone inte i offentliga sammanhang och i min värld.

Marianne Liliequist talar om det mer värde som den autoetnografiska metoden ger: "Förutom de resultat i form av kulturella teman kring barndomen som jag fått fram, upptäcker jag också kulturella mönster som har format mig som vuxen" (Liliequist 2012:261). Detsamma gäller för mig. Även jag har blivit varse i hur hög grad barndomens somrar vid Glan har påverkat mig som vuxen både privat och i yrkeslivet. Livet i sommarhuset under de flerhundraåriga ekarna vid sjön är en del av min självrepresentation, en berättelse om "det goda livet". Berättelsen och skrivandet om denna barndom överbryggar kanske i någon mån klyftan mellan den förflutna verkligheten och min nuvarande som skrivande akademiker. Kanske är det ett försök att berätta min egen historia som om den vore någon annans och i förlängningen att berätta andras som om de vore mina egna. Precis det som Orhan Pamuk menar är den skönlitteräre författarens uppgift (Pamuk 2007:19). Jag vet inte om jag har lyckats därvidlag, men jag menar att den autoetnografiska vägen är en väg väl värd att slå in på. Den bjuder på nya viktiga utmaningar.

NOT

¹ Forskare som skrivit utifrån sina egna eller närståendes liv och erfarenheter är bland andra historikern Yvonne Hirdman, som skrivit om sin mor i den uppmärksammade boken *Den röda grevinnan* (2010), etnologen Åke Daun som skrivit om sin farmors liv i boken *Vägar till det förflutna* (1996) och etnologen Billy Ehn som skrivit om sin uppväxt i *Frånvaron* (1996).

REFERENSER

- Bourdieu, Pierre, 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre, 1996. *Homo Academicus*. Stockholm/Stehag: Symposion.
- Daun, Åke, 1996. *Vägar till det förflutna: Emelie Josefina född 1880*. Stockholm: Rabén Prisma.
- Ehn, Billy, 1996. *Frånvaron: En berättelse om övergivenhet*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Ehn, Billy, 2011. "Doing-it-yourself: Autoethnography of manual work", i *Ethnologia Europea: Journal of European Ethnology*, 41:1, s. 53–64.
- Ehn, Billy & Klein, Barbro, 1994. *Från erfarenhet till text: Om kulturvetenskaplig reflexivitet*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Frykman, Jonas, 2012. *Berörd: Plats, kropp och ting i fenomenologisk kulturanalys*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Frykman, Jonas & Löfgren, Orvar, 1979. *Den kultiverade människan*. Lund: Liber.
- Hirdman, Yvonne, 2010. *Den röda grevinnan: En europeisk historia*. Stockholm: Ordfront.
- Liliequist, Marianne, 2012. "Barndomens tanter: Och några farbröder", i Liliequist, Marianne & Lövgren, Karin (red.), *Tanten, vem är hon? En (t)antologi*. Umeå: Boréa.
- Meurling, Birgitta, 2009. "Rätt genom grinden!", i Hagborg, Anna m.fl. (red.), *Tidens termik: Hastighet och kulturell förändring*. Umeå: Boréa.
- Meurling, Birgitta, 2011. "Kär och galen: Ur mormors dagbok 1918–1920", i *Kulturella Perspektiv* nr 3–4, s. 59–61.
- Pamuk, Orhan, 2007. *Pappas resväska*. Stockholm: Norstedts.
- Thorsen, Liv Emma, 1993. *Det fleksible kjønn: Mentalitetsendringer i tre generasjoner bondekvinner 1920–1985*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Wolanik Boström, Katarzyna, 2012. "Mammas mostrar: Livsberättelser och familjehistorier", i Liliequist, Marianne & Lövgren, Karin (red.), *Tanten, vem är hon? En (t)antologi*. Umeå: Boréa.

SUMMARY

*The Old Summerhouse
Memories and Autoethnography
(Det gamla släkthuset
Minnen, miljöer och autoetnografi)*

For several decades ethnologists have discussed reflexivity and its implications for research. This also often means that the researcher's personal history and background need to be taken into account when studying other people and their lives. In this article my point of departure is the summerhouse of my family, built in 1907.

I spent all my summers during childhood in this house close by the lake, so did my mother, her sister and my grandmother with her brothers and sisters. When entering the garden and the house I am carried away by a flow of memories and nostalgia. The building itself carries messages concerning how to live a good and respectable life. The floor plan reveals how to find your place as a man, a woman, a child or a servant; it tells the story about social hierarchies. Together with family lore, the furniture, equipment and different material objects that were collected for generations back tell you who you are and how you are supposed to behave.

My habitus, to use Pierre Bourdieu's concept, is influenced by these childhood surroundings and experiences and I am still in some ways characterized by them, in my private life as well as in my profession. So, for me the autoethnographical writing is one way to be even more reflexive as a professional ethnologist. It is a challenge, but it is worth a try.

Keywords: autoethnography, childhood experience, reflexivity, materiality, family lore.

*Birgitta Meurling, Professor of Ethnology,
Department of Cultural Anthropology and Ethnology,
Uppsala University, Uppsala, Sweden.*

Att älska sitt jobb

Om passion, entusiasm och brist på företagsanda

MAGDALENA PETERSSON MCINTYRE är docent i etnologi vid Göteborgs universitet och verksam vid Centrum för konsumtionsvetenskap. Hennes pågående forskning handlar om digitalisering av konsumtionskultur samt om marknadsfeminism. Hennes senaste publikationer handlar om genusperspektiv på förpackningar i boken *Den (o)hållbara förpackningen*, Brunnström & Wagner 2015 (red.). Under 2016 kommer en bok på tema passion och entusiasm på arbetsmarknaden.



det uppfattas i allmänhet som något positivt att älska sitt jobb. Att många människor med yrken där personlig utveckling, karriärmöjligheter, frihet att förfoga över sin egen tid eller möjlighet att hjälpa andra få ett bättre liv säger att de brinner för sitt arbete är kanske inte så konstigt. Men hur ska det tolkas om samma känslor uttrycks på delar av arbetsmarknaden där karriärmöjligheterna är små, anställningsförhållanden ofta på korttid eller via sms, arbetsdagen inrutad och ledningens attityd till personalen fokuserad på utbytbarhet och rutinmässighet? Utifrån en studie av arbete i detaljhandeln handlar den här artikeln om att känslor, eller passioner, har en stor betydelse för hur arbetet både organiseras och förstås. Många butiksanställda berättade i intervjuer att de älskar sitt jobb.

Föreställningar om vikten av att känna passion och engagemang finns överallt. Funderingar på hur passionen kan styras lika så. Enligt den kanadensiske konversationsteoretikern Francois Cooren (2010) har den etymologiska betydelsen av passion att göra med lidande, känslor, tillgivenhet, begär och intresse. Krafter som, menar han, får en människa att påverkas, inspireras eller genomgå något, antingen positivt eller negativt. Passion är det som leder eller driver någon att göra det hon gör, utifrån vad som inspirerar eller berör henne. Cooren förstår passion som flöden som kommer från olika riktningar och inte som en kraft som kommer inifrån.

Hur personal kan förmås att engagera sig känslomässigt i arbetet är en fråga som ägnas uppmärksamhet inom många organisationer. Att älska sitt arbete är inte specifikt för detaljhandeln. Tvärtom kan det ses som uttryck för krav som ställs brett på människor i dagens arbetsliv.

Krav på utbildning och förkunskaper är i detaljhandeln generellt låga varför butikspersonal i allmänhet inte själva förväntas vara inskolade i vad som krävs, eller driva det av egen hand, samtidigt som deras engagemang anses ha ett stort ekonomiskt värde för att övertyga kunder till köp. Detaljhandeln är en del av arbetsmarknaden där mänsklig interaktion, samspelet mellan kund och personal ofta är standardiserat med syfte att pengar och varor ska byta ägare på så kort tid som möjligt. Den är därför ett intressant exempel på hur samspelet mellan mänskliga känslor och krav på effektivitet kommer till uttryck (se också Johansson 2015, Johansson & Lundgren 2015).

Relationen mellan passion och ekonomi är inte något nytt. I en diskussion av 1800-talsociologen Gabriel Tarde definerar exempelvis Latour and Lépinay (2009) ekonomi som vetenskapen om passionerade intressen. Kapitalismen är med den tolkningen inte ett system av kall beräkning, utan en ständig förstärkning i passioners intensitet och räckvidd.

Entusiasmen är artikelns andra fokus. Vad det är som entusiasmerar människor, hur det går till samt vad det har för betydelse när arbete, företag, varor och vinster är det som i allt högre grad förväntas entusiasmera.

Leendet är ditt billigaste och effektivaste vapen när det gäller att få kontakt med kunden. Du kan testa själv: Le åt någon du inte känner, du får garanterat ett leende tillbaka! Men glöm inte att ett leende måste vara äkta, du måste ha leende ögon också. En säljare måste utstråla entusiasmen. Även i ett telefonsamtal hörs det på rösten om du ler när du pratar, rösten låter gladare och vänligare” (Andersson m.fl. 2007, s. 28).

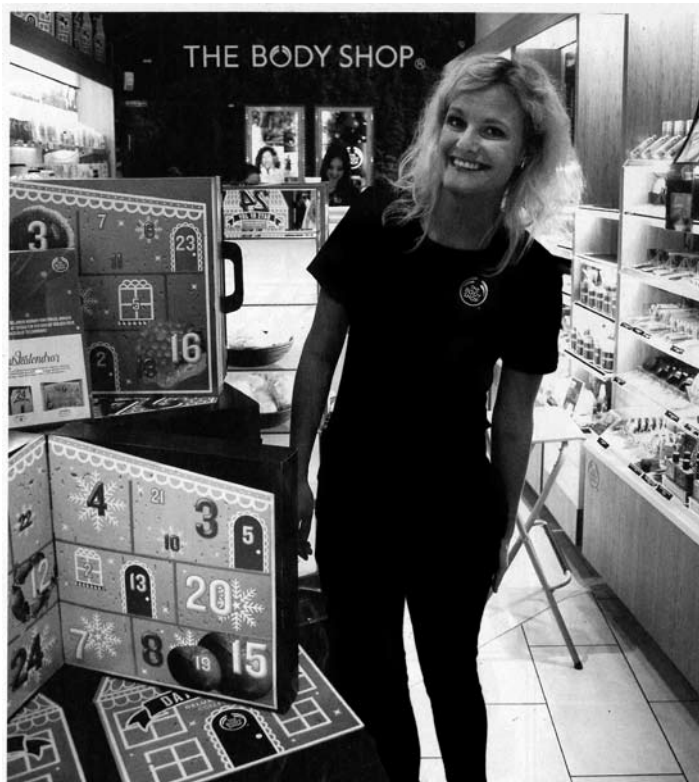
Citatet är hämtat ur en bok som heter ”Försäljning och service – möte med kun-

den” och är ett läromedel för kurser mot yrkesverksamhet inom handel- och servicenäring. Det innehåller en paradox som återkommer under den här studien. Leende beskrivs å ena sidan som en attityd du kan träna dig själv till, å andra sidan som något äkta som måste komma inifrån. Vikten av att känna entusiasm för och identifiera sig med det företag man var anställd på var också en återkommande punkt i intervjuerna. I det följande kommer jag utifrån ett par exempel belysa den betydelse entusiasm gavs av de intervjuade. Artikeln bygger på en större studie där jag undersökt varför så många säger att de älskar sitt jobb, varför det anses viktigt och hur det kan förstås i förhållande till den utveckling på arbetsmarknaden under de senaste decennierna som ofta kallas nyliberalism och som kännetecknas av osäkra anställningsförhållanden, försvagad fackförening och fokus på individen och individens rättigheter och skyldigheter att välja och ta ansvar för sitt eget liv (Peterson McIntyre 2014).

Mellan 2009 och 2013 genomförde jag ett etnologiskt fältarbete med deltagande observationer i butiker och intervjuer med ett 30-tal anställda inom olika områden av detaljhandeln; modebutiker, skönhetsbutiker, hemelektronikbutiker och byggvaruhus. Under fältarbetet slogs jag tidigt av att många verkade identifiera sig starkt med sina arbetsgivare och att de framstod som, i mina ögon, okritiska till arbetsvillkoren. De betonade istället hur intressant deras arbete var och ofta hur mycket de älskade det, älskade mode, eller älskade sälja eller älskade att hjälpa människor att hitta de produkter som de behövde. Många sa att de inte alls kände sig ”kontrollerade” av ledningen. Tvärtom så beskrev de sig själva som individer med makt över sin egen arbetssituation. De identi-

fierade sig med ledningen och med kunder och kundernas konsumtionsvanor snarare än som arbetstagare eller med andra arbetare. Inställningen till facket var ofta kritisk eller likgiltig. Många identifierade sig som konsumenter och talade om vad de förväntade sig av personalen när de själva handlar, snarare än att tala

om arbetsrätt eller fackliga krav. De talade om hur intresserade de var av varorna, att det var roligt att packa upp nytt och om fördelarna med personalrabatter. Många förklarade att de inte gjorde som de gjorde på jobbet för att ledningen krävde det, utan för att de själva ville det, för att de "älskade sitt jobb". Det var van-



Att älska sitt jobb

Maja Söderberg stormtrivs med sitt jobb som butikschef på The Body Shop. Allum Magasinet träffade henne för att ta reda på mer om företaget, hur man håller huden återfuktad under vinterhalvåret samt få några klapptips inför den stundande högtiden.

Text: Jennifer de Waard Foto: Alexander Börjesson

© | ALLUM MAGASINET | NR 8 2013

Vad kommer det sig att arbete i detaljhandeln så ofta beskrivs med känsloladdade ord? Här ur ett reportage i köpcentrat Allums, beläget i Partille utanför Göteborg, eget magasin. Den porträtterade är enligt den efterföljande texten "tokkär i Partillebor". Allum magasinet nr 8, 2013, s. 8–9.

ligt att lägga en stor del av lönen på kläder från butiken att ha på sig på jobbet, för att det var så roligt. Eller att lägga en stor del av fritiden på att lära sig om nya produkter för att de i mötet med kunden uppfylldes av den känsla av expertis som det gav.

Men intresset och känslorna för arbetet beskrevs av de intervjuade inte bara som något roligt, utan som ett måste, som något som arbetsgivare idag kräver och som något som är "självkänt". "Intresse" förstods som något som kommer inifrån, men samtidigt menade de också att man kunde få sig själv att bli intresserad, även om man inte var det från början. Man kunde få sig att älska sitt jobb.

STRÄVAN EFTER NORMALITET

I boken *Cruel Optimism* (2011) teoretiserar litteraturvetaren Lauren Berlant förhållandet mellan den nyliberala eller postfordistiska tiden hon menar vi lever i och föreställningar om det mänskliga jaget. Berlant förstår de drömmar om det goda livet som nyliberalismen serverar oss som "cruel optimism" – grym optimism. Fantasier om det goda livet såsom anställningstrygghet, jämlikhet och intimitet, menar hon, förnimms känslomässigt, eller affektivt, men kommer för en stor mängd människor aldrig upplevas eftersom välfärdstaten har förändrats. Arbetsmarknaden exploaterar oss, men ger oss också våra fantasier och vårt meningsskapande. Att delta i arbetslivet kan för många människor innebära ett erkännande av ett människovärde. Därför kan även arbeten med dåliga villkor eftertraktas, de bekräftar känslor av delaktighet i världen och i vad som anses vara ett "normalt" liv, menar hon. Mänskligt medvetande har absorberats i en förhandlingarnas ordning

där människor inte nödvändigtvis tolkar ett arbete med usla villkor i termer av att bli utnyttjad, utan istället som just det som erbjuder känslor av värde och tillhörighet. Berlant kallar dessa processer "affects of aspirational normativity", en affektiv eller känslomässig strävan efter normalitet och menar att fördelarna med dåliga arbeten är själs-skapande, inte själs-dödande.¹

KÄNSLO-ARBETE

Det finns en tradition inom framför allt samhällsvetenskaperna av att förstå servicearbete i termer av kommersialisering av mänsklig känsla. Arlie Hochschild's bok *The Managed Heart* från 1983 lanserade teorin om "emotionellt arbete" och hävdade att serviceekonomin utmärks av att mänskliga känslor blivit till varor som säljs på en marknad. Fokus för teorin är att den enskilde anställda får betala ett högt pris i service-ekonomin. För att överleva (mentalt) på jobbet måste hon friställa sig från sina personliga känslor vilket leder till risken att ett avstånd skapas till de egna känslorna. I dess mer grava former leder känslor-arbete inte bara till att våra förmågor att tolka de egna känslorna försvåras, utan till och till med själva förmågan att känna påverkas negativt (s. 17–21).

Även om Hochschild's teori innehåller en viktig problematisering av arbete och känslor så kan den också kritiserats för att alltför säkert förutsätta att det finns några inre, äkta känslor som skiljer sig från de yttre, styrda av arbetsgivaren. Idén om ett inre känsloliv som måste skyddas och som är separerat från de känslor som artikuleras i en service-kontext har exempelvis varit svår att applicera på de berättelser som

de intervjuade i dagens service-ekonomi gav inom ramarna för min egen studie. Även om känslolivet är omöjligt att separera från arbetslivet så finns det fler sätt att tolka det på än genom Hochschilds modell där betydelsen är att verkliga känslor förstörs av kommersialisering. Med utgångspunkt i Berlant (a.a.) har jag därför valt att inte i första hand tolka känslor i termer av risk eller som uttryck för falska känslor, utan i vad som kan kallas ”produktiva” termer. Då inte med betydelsen bra eller dåligt, utan att motsättningen mellan äkta och falsk inte är så tydlig. Frammanandet av specifika känslor i en arbetskontext kan ses som uttryck för konstruktionen av en specifik form av subjektivitet (se också Du Gay 2004, 2007, Illouz 2007). Service-arbetares känslor kan på så vis förstås på andra sätt än som att de är falska, överkliga eller oäkta och istället som uttryck för det Berlant kallar ”aspirational normativity” – att ha en strävan efter normalitet som målsättning.

ANSTÄLLNING

Bland de intervjuade var det vanligt med deltid och timanställningar även om det också fanns de som hade jobbat för samma butikskedja i 30 år och var fastanställda. Många berättade om att under flera år vara anställd på en mycket låg procent men ändå jobba heltid. Ofta visste de inte på förhand när de skulle jobba utan blev inringda dagligen. Planering beskrevs som omöjligt, både vad gällde tid och ekonomi. Att inte leva upp till förväntningar på känslomässigt engagemang kunde därför lätt leda till att anställningar avslutades.

Vägen in i jobbet hade gått till på lite

olika vis. Många hade erfarenhet av olika branscher inom detaljhandeln och rörligheten mellan såväl branscher som butikstyper var relativt stor. De var mellan 19 och 60 år gamla. Några hade blivit butikshefer genom att jobba sig upp. De flesta menade att de hade ett intresse för människor och service.

Flera av de intervjuade beskrev sin egen anställning i termer av rekommendationer och kontakter, om vikten av att ta tillvara på tillfällena och att befinna sig på rätt plats vid rätt tid. Det fanns också de som bara hade jobb sökt på annons. De som inte hade kontakter i branschen lyfte fram sin personlighet och sociala kompetens som det skäl som gjort att de fått anställning. De som själva anställde talade om dem som valdes ut som att de hade utstrålning eller ingav en viss känsla. Att vara ”ung och formbar” lyftes av flera fram som ett skäl till varför de trodde de fått jobb. Många talade om osäkerheten kring vad som förväntades på en anställningsintervju. Några berättade att de företag de jobbade för hade som policy att anställa hälften män och hälften kvinnor och flera av de intervjuade kvinnorna nämnde jämställdhetssatsningar som ett skäl till varför de fått jobb. Vikten av ”entusiasm” gick igenom berättelserna.

ATT OMSÄTTA PASSION TILL FÖRSÄLJNING

Janette var butikschef på *Klädkedjan*. För henne var det personliga intresset i mode och kläder något hon såg som givet.

Janette: Jag älskar mode (skratt). Jag har alltid haft ett intresse för kläder. Jag har alltid haft ett intresse för service och se till att människor har det bra och så där. För att jobba med det som jag gör så måste man tycka att det är kul med

människor. [...] Man måste gilla det och jag gillar de olika delarna och därför har det blivit naturligt att jag har jobbat med detta.

Citatet summerar några punkter som många av de intervjuade, särskilt i klädbutiker, tog upp. Att de älskade mode och var intresserade av kläder samt att det intresset var något som "alltid" funnits hos dem. Att vara social och tycka om att arbeta med människor var också något många beskrev som ett måste, samt att de redovisade personlighetsdragen i någon mening gjort att det blivit "naturligt" för dem att jobba där de gjorde. "Jag älskar ju mitt jobb på *Klädkedjan* nu för det är ju en kombination av båda [att träffa människor och att klä sig snyggt?]", sa Janette.

Janette förklarade sin kärlek till mode som "ett intresse" för hur saker ser ut. "Jag är ingen slav under det", sa hon, "men tycker att det är roligt att känna mig snygg". Det är viktigt att behålla det på ett "roligt" plan, underströk hon. "Intresset för utseende får inte ta över". Att intresset för utseende inte får ta över var något som flera tog upp. Intresset och upptagenheten för utseendet hade inte någon vikt i sig utan måste kanaliseras som en tillgång för och i arbetet, menade de. Om det blev för starkt uppfattades en risk vara att det handlade om egenintresse snarare än uttryck för en entusiasm i arbetet. Intresset och känslorna för mode måste därför ständigt balanseras och förhandlas. Känslorna blir ur det perspektivet också motstridiga. Engagemanget i arbetet skulle vara "äkta" och komma inifrån från ett genuint intresse. Men "äkta" känslor kan inte styras till att bara gälla i en säljsituation. Föreställningarna kring känslor blottlägger på så vis ett dilemma. Känslor både mobiliseras och kontrolleras. Känslorarbete handlar ur det perspektivet inte bara om att uppbringa känslor,

om att känna så som arbetsgivaren vill, att le ett äkta leende mot kunder, utan också om att kontrollera sina känslor, om att inte låta dem svalla över. Känslorarbete blir på så vis inte bara ett sätt att uppbringa känslor, utan att inordna dem. Känslorna finns där, men de måste anpassas. När känslor säljs som en vara handlar det därför lika mycket om att kontrollera sina känslor som att försöka skapa dem.

I Janettes berättelser poängteras ändå vikten av att betraktaren är hon själv – inte arbetsgivaren eller kunden. Precis som flera av de andra som jobbade i klädbutiker underströk Janette att hon klär sig för sig själv. "Visst spelar det roll vad andra tycker", menade hon. Men det är hon själv som är viktigast. Att jaget lyfts fram som den viktigaste åskådaren antyder att det handlar om former för subjektivitet, om självbild och självkänsla och om drömmar om vem man är och hur man lyckas i livet. Berättelserna om att jaget är den viktigaste betraktaren återkom bland många av de intervjuade, särskilt kvinnorna. De kan förstas tolkas som uttryck för en internalisering av en manlig blick (Mulvey 1975), där kvinnor lärt sig att betrakta sig själva utifrån som objekt. Men det handlar kanske också om att gränserna mellan yrkesroll och privat jag blir flytande. Det Janette berättade skulle kunna tolkas som uttryck för precis det som Hochschild säger, hon tappar kontrollen över de egna känslorna, över vems intresse och vems känslor det är som styr, hennes eller organisationens. Trots det vill jag hävda att Janettes sätt att lyfta fram sig själv som betraktare inte bara bör ses som uttryck för en internaliserad självkontroll, utan att det handlar om processer där skillnaden mellan vad som är roligt på riktigt och vad som är förväntat inte går att upprätthålla, men inte som uttryck för risk, som

hos Hochschild, utan för meningsskapande, som hos Berlant. Det vill säga att det inte går att skapa någon skillnad mellan arbetslivet och känslolivet, men att betydelsen av det kan variera.

ANDERS ROLL SOM STILEXPERT

Entusiasmen inför arbetet illustreras kanske allra bäst av Anders som också han talade om sin yrkesbana som "naturlig" med tanke på sitt intresse i mode. Intresse beskrev som en slags kraft som medfört att han utvecklat vissa kunskaper. De intervjuade förklarade ofta skälen till varför de gjorde som de gjorde som byggande på inre känslor, begär, önsknings, intressen och drivkrafter. De beskrev sina handlingar som att de å ena sidan byggde på relationer på arbetsmarknaden, å andra sidan på exempelvis modets kraft, krafter som de, som Cooren (a.a.) skulle sagt "animerades" eller inspirerades av, så kallade agenter som de inte bara instämde i utan berördes av.

Intresset i mode hade Anders haft så länge han kunde minnas och berättade att han ofta hjälpt vänner att klä sig. Vännerna har tänkt på honom som en person som "har stil". Arbetet i klädbutik hade medfört att Anders kunnat vidareutveckla sin roll som stilexpert i bekantskapskretsen och han berättade att vänner ofta kommer till honom på jobbet och handlar av honom. Han rekommenderar och föreslår då plagg han tror skulle passa personen ifråga. "För tillfället har väldigt många av mina vänner XX [det varumärke han jobbar för] tryckt på sig".

Anders: Så att man smittar ju av sig eller... man är ju sådan som person också att man delar gärna med sig av det och tycker... det sitter jag inte och håller på utan, man vill ju gärna... och

det är inte för att jag vill driva försäljning för butiken så utan det är mer att jag vill vara snäll mot vännerna. Och att dom också har intresse av att se bra ut, men dom kanske inte vet vart dom skall vända sig alla gånger.

För Anders handlar arbetet till stor del om att få lov att ägna sig åt ett konsumtionsintresse. Arbetet blir en resurs i kontakten med vänner och han bjuder regelbundet in sina vänner till butiken för att titta på nyheter. Gränserna mellan arbetsliv och privatliv är ur det perspektivet upplösta. Arbetet, tillgången till plagg och kunskap om varumärket blir en resurs i det sociala samspelet och intresset medför att arbetsliv och privatliv går in i vart annat. Anders är expert på konsumtion och det är hans konsumtionsintresse som styr honom i yrkesvalet. Han berättar om sin yrkesbana som att han började jobba extra när han var student. I studentstaden fanns bara en butik som han "var intresserad av att jobba för". Där fanns inte mycket att välja mellan, mest de vanliga klädkedjorna och dem "hade han inget intresse för". Det var viktigt för honom att den butik han jobbade för, trots att det handlade om extrajobb under studenttiden, överensstämde med den bild han hade av sig själv som konsument. "Det var den butiken som jag tyckte att det skulle vara intressant att jobba för". Han lämnade in sitt cv och kunde börja direkt. Berättelsen upprepar en bild av att det är intresse som styr vid val av yrke och skildrar en individ med kontroll som väljer vad han vill jobba med. Arbetet blir ett led i att utveckla individens intresse snarare än något nödvändigt för att dra in pengar. Det är en berättelse om en individ som utvecklas och växer i takt med arbetet, inte en som utför sysslor som är tråkiga. Arbetet handlar där inte bara om att få plagg att byta ägare utan blir ett menings-

fullt livsprojekt som affektivt smälter samman med självbilden. Anders blir glad på riktigt när han hjälper vännerna att handla i butiken.

MOTSTÅND MOT ENTUSIASMEN OCH FÖRETAGSANDAN

Klara som jobbade på *Byggkedjan* berättade att hon inte gillar att den är vad hon kallar "så patriotisk" och jobbar med att skapa en känsla av "att vi är bäst".

Magdalena: En *Byggkedjan*-känsla, eller hur menar du?

Klara: Ja, att det ska vara att man är på ett visst sätt. Det är väldigt så. Det är svårt att beskriva det för någon som inte jobbar där själv, men patriotisk är nog rätt ord.

Magdalena: Att man ska identifiera sig med företaget?

Klara: Ja precis att man ska... man är ju alltid företagets ansikte utåt, i alla lägen egentligen när man är på jobbet och det ska vara där efter. Alltså kunden i första hand och det är väldigt mycket så.

Hon berättade att de har en egen tv-kanal, *Byggkedjan-nytt* och som de uppmanas titta på. Det finns lappar överallt om att man ska påminna sig om företagets fundament och att det ska vara kunden i första hand. Hon beskrev det som att "det blir mycket press".

Klara: Företaget vill ha mycket från en, de vill mjölka ur en och sedan kanske de också är lite på gränsen till... ja, alltså det finns ju en väldigt tunn linje mellan, snålhet och spara helt enkelt. Och jag tror att *Byggkedjan* ligger någonstans där och spelar, att de är lite på gränsen till snålhet.

Med syfte att skapa känslor hos personalen som ersätter mer kostsamma sätt, exempelvis internutbildningar, i konsten att

övertyga eller lära ut säljteknik, pumpas företagsandan ut genom olika kanaler; tv, bilder, broschyrer och på personalmöten. Trots det misslyckas *Byggkedjan* delvis med att få Klara att identifiera sig med företagsandan. Citaten handlar om var gränserna till att känna sig utnyttjad går. Klara ger uttryck för en form av motstånd, eller en slags förhandling med förväntningar. Hon kan inte uppbringa den entusiasm som efterfrågas. Skälet till det skulle kunna vara att *Byggkedjan* inte överensstämmer tillräckligt mycket med hennes eget konsumtionsintresse eller representerar en livsstil hon vill identifiera sig med. Att kunna bygga eller måla blir annorlunda än berättelserna från modebutiker där begäret till att vilja ha kläderna var mer påtagligt. Kläder sitter på kroppen och låg nära förståelser av det egna jaget. Förväntningarna på att entusiastiskt identifiera sig med företaget blir för Klara för lätta att genomskåda. Hon kan inte förmå sig att få det att kännas äkta. Företagsandan är tänkt som ett billigare sätt att styra personalen, att ersätta annan kunskap genom att affektivt skapa en identifikation. Men den fungerar inte hela vägen ut. Klara gör visserligen det hon ska, men hon tycker att företagets försök är löjliga.

PASSION OCH AGENTS KAP

Det vanligt förekommande talet om vikten av att älska sitt jobb går att tolka på några olika vis. I den här studien har jag sett det som viktigt att låta de intervjuade själva få definiera den betydelse som känslor har i arbetet. Säger de att de älskar sitt jobb så uttrycker det en sanning i någon form, menar jag, det kan inte tolkas som uttryck för en falsk föreställning. Att uppmärksamma passioner har därför för mig

varit ett sätt att peka på de möjligheter att utöva makt och agentskap som ändå ges, samt de betydelser butiksanställda själva kan ha i pågående konstruktioner av arbetsrelationer och yrkesroller. Samtidigt är det förstås så att förståelser av arbete som något att "älska" överensstämmer med ökade krav på arbetsmarknaden. De ingår i managementdiskurser som växt sig starka sedan 1950-talet och som går ut på att personal i allt högre grad uppmuntras till att identifiera sig med arbetsgivaren, att göra företagets mål till sina och att det sägs gynna båda parter. Att älska sitt jobb kan förstås vara trevligt, men sådana tillskrivningar gör också något med synen på vad det innebär att vara en arbetande människa. Det skapar förväntningar på att det är normalt att älska sitt jobb.

Förväntningarna på passion kan tolkas som uttryck för det Berlant (a.a.) kallar nyliberal subjektivitet, igenom vilken de anställda själva blir ansvariga för att frammana de passioner som anses nödvändiga för att de ska kunna göra sitt jobb. Medvetande, i post-fordismens tidevarv, skriver Berlant, är som absorberat i en förhandlingarnas ordning, där exploatering inte är fienden, utan just det som erbjuder känslor av tillhörighet och värde (s. 171).

Talet om att älska sitt jobb skapar en framställning av en individ som jobbar för att hon vill och inte för att hon måste, utan en som animeras av entusiasm. Älskar du inte ditt jobb så borde du sluta och hitta ett som du kan älska, för att bli nöjd. Att älska sitt jobb kan därför både ses som uttryck för krav och för en process som uppfattades som meningsfull av de intervjuade eftersom det var sammanvävt med föreställningar om vad det innebär att vara ett arbetande subjekt i nyliberalismens tidevarv. Men förväntan på att framkalla passionerade känslor för jobbet

avslöjar samtidigt också en medvetenhet om kraften i att låtsas och öppnar på så vis också upp för möjligheter till motstånd.

NOT

¹ Berlant (a.a.) skriver "bad jobs" och jag har översatt det till "dåliga arbeten", men jag vill betona att jag inte menar att arbeten i detaljhandeln med nödvändighet är dåliga, utan jag vill belysa meningsskapande processer i förhållande till arbete och strävan efter normalitet.

REFERENSER

- Andersson, Jan-Olof m.fl., 2007. *Försäljning och service – möte med kunden*. Stockholm: Liber.
- Berlant, Lauren, 2011. *Cruel Optimism*. Durham and London: Duke University Press.
- Cooren, Francois, 2010. *Action and Agency in Dialogue*. Amsterdam: John Benjamins.
- Du Gay, Paul, 1996. *Consumption and Identity at Work*. London: Sage.
- Du Gay, Paul, 2004. "Self-service: retail, shopping and personhood", i *Consumption, Markets and Culture*, vol. 7, nr 2, June 2004, s. 149–163.
- Du Gay, Paul, 2007. *Organizing Identity*. London: Sage.
- Hochschild, Arlie Russel, 1983. *The Managed Heart: Commercialisation of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Illouz, Eva, 2007. *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Johansson, Kristina, 2015. *Könade gränsdragningar på handelns arbetsplatser*. Luleå: Luleå tekniska universitet. Diss.
- Johansson, Kristina & Lundgren, Anna Sofia, 2015. "Gendering boundary work: Exploring excluded spaces in supermarket job rotation", i *Gender, Place and Culture*, 22 (2), s. 188–204.
- Latour, Bruno & Lépinay, Vincent Antonin, 2009. *The Science of Passionate Interests*. Chicago: Prickly paradigm press.
- Mulvey, Laura, (1975) 1992. "Visual pleasure and narrative cinema", i *The Sexual Subject: A Screen Reader in Sexuality*. London and New York: Routledge.
- Petersson McIntyre, Magdalena, 2014. "Commo-

difying passion: The fashion of aesthetic labour”, i *Journal of Cultural Economy*, vol. 7 (1), s. 79–94.

SUMMARY

*To Love One's Job
Passion, Enthusiasm and Lack of Company Spirit
Att älska sitt jobb
Om passion, entusiasm och brist på företagsanda*

This article focuses on labour processes among workers in retail in Sweden. It is a study of the commodification of body and affect in a field organized around commercial exchange and builds on participant observations in stores and thirty interviews with workers in different fields of retail (fashion, perfume, home electronic and diy-stores). Retailing is a part of the service economy that is signified by short-term employments and precarity

on the one hand and on the other hand of a high degree of demands on skills that involve and commodify the bodies, dispositions and emotions of the individual workers. The article discusses why so many working as sales staff in retailing say that they love their job and why “passion” is considered so important. During the interviews and observations it was striking how the workers identified strongly with their employers. Words such as “natural”, “obvious” and “taken for granted” were very often used to describe why work was organized the way it was. Workers’ attitudes are examined as a result of the development on the labour market in the last decades and as an affective identification with relations on the neoliberal work market.

Keywords: retail, fashion, passion, enthusiasm, company spirit.

Magdalena Petersson McIntyre is PhD and Associate Professor in Ethnology at the Centre for Consumer Science, University of Gothenburg, Sweden.

Vad är våld?

Teoretiska och politiska perspektiv

INGER LÖVKRONA är professor emerita i etnologi vid institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet. Hon är genusforskare inom temat kön, våld och sexualitet med historisk inriktning. Hennes pågående forskning rör genusrelaterat våld; se t.ex. boken *Väldets kön. Kulturella föreställningar, funktioner och konsekvenser*, utg. tillsammans med docent Gabriella Nilsson (*Studentlitteratur* 2015).

GABRIELLA NILSSON, docent i etnologi vid institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet. Disputerade 2009 på avhandlingen *Könsmakt eller häxjakt? Antagonistiska föreställningar om mäns våld mot kvinnor. För närvarande verksam inom det tvärvetenskapliga forskningsprojektet "Väldtäkt i Sverige 1990–2015"*.



Våld finns överallt, på alla platser och inom alla grupper. Med våld upprätthålls stater, grupp-hierarkier och individuella maktpositioner. Men, vad menar vi med våld? Vilka handlingar uppfattas som våldshandlingar och hur skall våldet hanteras? Det finns inget enkelt svar på dessa frågor. Våld är inte alltid våld och vad som är våld idag var inte våld igår. Vad som är våld eller inte, är emellertid inte enbart en teoretisk fråga, utan i allra högsta grad en politisk. FN beskriver våld mot kvinnor som en global "pandemi", ett ökande världsomspännande problem som innebär en kränkning av kvinnors mänskliga rättigheter och ett hot mot samhällsutvecklingen i stort. I Sverige är stävjande av mäns våld mot kvinnor ett av fyra jämställdhetsmål. Det mesta våldet utövas av män, men också män utsätts för våld i skilda sammanhang. Hur förhåller sig detta våld till det som kvinnor utsätts för? Artikeln bygger på vår bok *Väldets kön. Kulturella föreställningar, funktioner och konsekvenser* (2015), där dessa och andra frågor adresseras i ett kulturanalytiskt och feministiskt perspektiv.

VÅLD OCH KULTUR

Våld är en kulturell företeelse – våldsutövning är något vi lär oss. Det innebär att våldets manifestationer, innebörder och funktioner formas i en viss kontext. Det innebär vidare att vad som uppfattats som våld och vad som inte gör det skiftar beroende på historiskt och kulturellt sammanhang. Hur vi ser på våld beror också på den specifika situationen och den relationella kontexten – på vem som utövar våld mot vem, när, hur och varför. I de

flesta tider och samhällen har våldsutövning i någon form varit brottsligt, men vilka handlingar som kriminaliserats varierar. I Sverige är sexuellt tvång inom äktenskapet förbjudet och inryms sedan 1965 i våldtäktsdefinitionen, men i många länder är det fortfarande inte en straffbar handling att som man tilltvinga sig samlag med sin hustru. Det omvända förhållandet är många gånger inte ens tänkbart. Ett annat exempel är prostitution. Den officiella synen på prostitution i Sverige är numera att den är ett uttryck för våld och förtryck av kvinnor och köp av sexuella tjänster kriminaliserades 1999. I andra länder ses lagstiftning mot prostitution som ett ingrepp i kvinnors rätt att bestämma över den egna kroppen; bordellverksamhet är laglig och de som säljer sex är organiserade i fackföreningar (Nilsson & Lövkrona 2015: 28 ff).

Att en våldshandling är förbjuden betyder inte nödvändigtvis att den fördöms. Det är inte ovanligt att våldet bortförklaras, omförhandlas eller accepteras, både av enskilda individer och av hela samhällen (Hearn 1998:8; Merry Engle 2006:25). Tydligast blir detta i fråga om våld som legaliserats av samhället, såsom inom våldsamma idrotter eller genom polisens laga befogenhet, men en kulturell acceptans för våld finns även i andra sammanhang (Galtung 1990:40 f). Världshälsoorganisationen (World Health Organisation, WHO) har observerat att exempelvis våld mot kvinnor nästan oberoende av geografisk eller historisk kontext tenderar att legitimeras enligt en förhållandevis stabil grundstruktur. I strukturen ingår kulturella föreställningar om mäns rätt att disciplinera kvinnor, mäns rätt till samlag inom äktenskapet, synen på kvinnors ansvar för att tillfredsställa mäns sexuella behov och åsikten att kvinnor bör tolerera

våld för att hålla samman familjen (Understanding and addressing violence 2012:5). Att våldshandlingar omförhandlas eller accepteras är en bidragande orsak till att problemet inte enkelt kan lagstiftas bort.

VÅLD OCH KÖN

Den tydligaste gemensamma nämnaren för våldshandlingar är att utövaren är en man. Det mesta av allt våld utövas av män, i såväl fredstid som i krig. Hälften av offren för mäns våld är män – den andra hälften är kvinnor och, direkt eller indirekt, barn. Detta mönster är globalt och historiskt konstant och gör att vi, som i titeln på boken, kan tala om att våld har ett kön.

Den kanadensiske maskulinitetsforskaren Michael Kaufman illustrerar sin tes att allt mäns våld har ett samband med hjälp av en triangel. Triangelns hörn får representera: mäns våld mot kvinnor, mäns våld mot andra män och mäns våld mot sig själva (Kaufman 1997:30f). Det här sambandet innebär att våld kan betraktas som en fråga om kön även när det inte drabbar kvinnor. Det som binder samman de tre hörnen och förklarar våldet är begreppet maskulinitet.

Maskulinitetsforskningen, (med andra kända namn såsom Raywyn Connell och Jeff Hearn), förklarar att våldsutövning är ett sätt att konstruera maskulinitet inom ramen för en hierarkisk könsmaktsordning där män överordnas kvinnor och där vissa grupper av män överordnas andra män. Maskulinitet är ett uttryck för identitet men inte i form av inre egenskaper, utan som vissa handlingar, beteenden och uttryck. I våldsamma mäns berättelser framstår våldet som en legitim metod för

att bemästra en viss situation; det blir härigenom möjligt för dem att rättfärdiga våldet och ge det mening. Våldet får en positiv och belönande funktion genom att legitimeras kulturellt men också genom att vissa former av våldsutövning är lagliga (Nilsson & Lövkrona 2015:15 ff).

Långt ifrån alla våldshandlingar har studerats i ett genus- eller maskulinitetsperspektiv. Under 1990- och 2000-talen, då den feministiska våldsforskningen stod stark, har kunskapsobjektet främst varit de våldsutsatta kvinnorna, offren, och deras upplevelse och hantering av en våldsam relation. Hur ser våldsprocessen ut? Varför lämnar inte kvinnan mannen? Hur vanligt är våld mot kvinnor? är några av de frågor som forskningen velat besvara. Maskulinitetsforskningen flyttar fokus från offret, kvinnan, till förövaren, mannen, och hans förståelse av sitt våld.

VAD ÄR VÅLD?

Maskulinitetsforskningen implicerar ett teoretiskt samband mellan män och olika former av våldsutövning. För att kunna klarlägga sambandet krävs en analys av våldets manifestationer, av de specifika våldshandlingarna och hur de är relaterade till normer för kön, men också till andra maktordningar. I boken har vi som utgångspunkt för en sådan analys valt en definition av våld som är betydelsefull i det globala arbetet mot våld, nämligen WHO:s, som återfinns i *World Report on Violence and Health* (2002). Detta dokument fungerar som en gemensam utgångspunkt för organisationens våldsförståelse och sammanfattar skilda teoretiska resonemang om vad våld är. WHO:s definition lyder: våld är "allt avsiktligt utövande av, eller hot om, fysiskt tvång eller

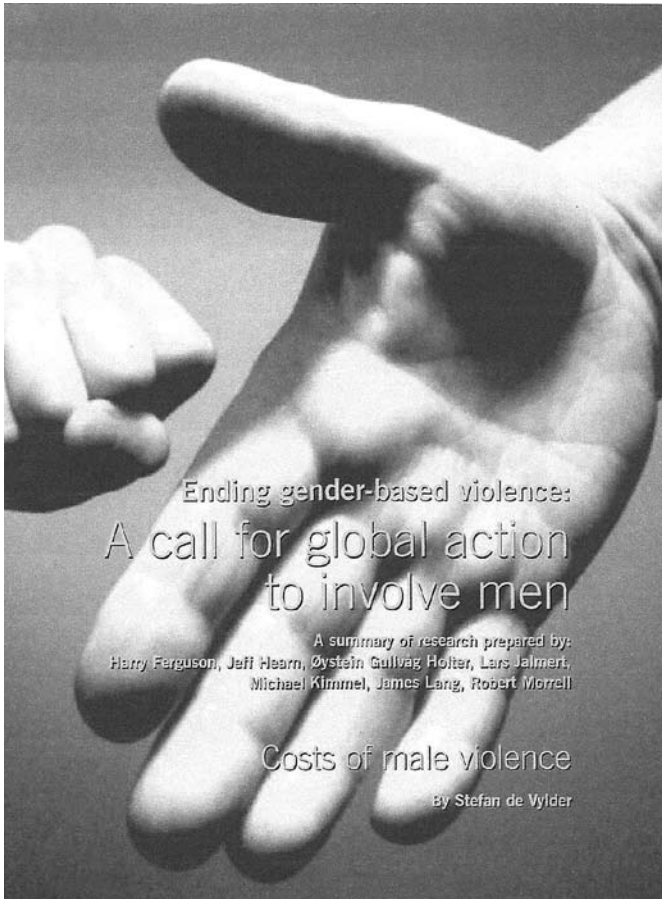
maktutövning, mot sig själv, mot annan person eller mot en grupp eller ett samhälle, som leder till, eller sannolikt leder till, fysisk eller psykisk skada, död, frihetsberövande eller förlust" (World report 2002:5). WHO urskiljar tre kategorier av våld: våld mot den egna kroppen, kollektivt våld och interpersonellt våld. WHO:s definition och kategorier är könsneutrala, men är möjliga att beköna utifrån befintlig forskning. Vi har idag en gedigen forskning om mäns våld mot kvinnor i nära relationer. Kunskapen om mäns våld mot sig själva och mäns våld mot andra män är dock förhållandevis sparsam och saknar oftast könsperspektiv, ett förhållande som begränsar analysen.

Med *våld mot den egna kroppen* avses handlingar som mer eller mindre medvetet syftar till att skada individen själv. WHO inkluderar självmord och självmordsförsök men även andra former av självskadebeteende som tar sig fysiska och/eller psykiska uttryck. De senaste decennierna har ökad uppmärksamhet riktats mot självskadebeteenden i form av skärande eller självsvalt (t.ex. Johansson 2010), och på senare år har även sexuellt risktagande kommit att förstås som en form av självskada (Engvall 2008; Grander 2013). Redan i relation till våld mot den egna kroppen framgår att synen på vad som är våld och inte, samt vem som är förövare eller offer, påverkas av normer om kön. Mer än dubbelt så många män som kvinnor begår självmord, medan andelen självmordsförsök bland kvinnor är högre än mäns. Detta tolkas kulturellt i enlighet med föreställningar om hur män och kvinnor "är". Mäns självmordsförsök förstås som medvetna och självständiga våldshandlingar, medan kvinnors självmordsförsök förstås som ett "rop på hjälp" eller som ogenomtänkta impulshand-

lingar. Självmod kan i vissa situationer betraktas som hedersamt för män, som ett sätt att återupprätta en förlorad heder, också i kontexter där självmod annars är olagligt. Kvinnor kan inte återupprätta en förlorad heder genom att begå självmod. Hedersbegreppet har olika innebörd och funktion för män och kvinnor (Nilsson & Lövkrona 2015:19 ff).

Med *kollektivt våld* avser WHO socialt, politiskt och ekonomiskt våld. Det politiska våldet är det våld som utövas av större grupper eller stater såsom militärt eller polisiärt våld. Militärt våld är lad-

dat med "typiskt" manliga värden såsom heder, plikt, lydnad, uthållighet, styrka, potens och mod, som skall försvaras och upprätthållas. Idén om det berättigade kriget är länkat till ideal om hur våldet bör utövas. Militärt våld blir härigenom en ärofylld handling som syftar till fred och frihet. Krigaridealet är djupt förbundet med själva idén om maskulinitet och gör det möjligt att uppfattas som en hjälte vid en militär våldsutövning. Som kollektivt våld räknas även våldtäkt i krig, där våldet ges innebörden av en våldshandling riktad mot andra män, inte mot den ut-



Omslaget till *Ending Gender-Based Violence: A Call for Global Action to Involve Men. A summary of research prepared by Harry Ferguson et al. Stockholm: Sida 2004.*

satta kvinnan (Nilsson & Lövkrona 2015: 22 ff).

Män dominerar utövandet av kollektivt våld, även om kvinnors andel inom de yrken som har laga befogenhet att använda våld ökar, något som vållar problem i den kulturella förståelse av våld som manligt. De kvinnor som använder våld på manligt kodade arenor, såsom i väpnade konflikter framställs som "inte riktiga kvinnor" (Åse 2014:76 f). Socialt våld utövas av mindre grupper med ett specifikt syfte, såsom hatbrott, terroristattacker och huliganvåld, och utövas främst av män mot andra män. I detta våld exponeras en traditionell maskulinitet som värdesätter hårdhet, tuffhet och fysisk styrka och där våldet fyller en homosocial funktion (Gottzén 2014:541 ff).

Med *interpersonellt våld* avses våld av en person mot en annan; både det våld som utövas i nära relationer i det privata och det som utövas mot okända individer i det offentliga rummet.

Våld mot en individ – känd eller okänd – i det *offentliga rummet* inbegriper enskilda mäns våld mot andra män. Detta våld framställs som en könsneutral företeelse med begrepp som "ungdomsvåld", "gängvåld", "slagsmål" och "gatuvåld". Bakom våldet står inte sällan unga män, och unga män är offer för våldet. Unga kvinnors gatuvåld, som uppmärksammats på senare tid, kallas däremot "tjejvåld", för att markera dess könade karaktär. Tjejvåld är fortfarande ovanligt och förklaras inte som pojkars och unga mäns våld som uppror, motstånd och kamp om maktpositioner; flickornas och de unga kvinnornas våldshandlingar uppfattas som ett uttryck för psykisk obalans, frustration och sämre självkänsla i enlighet med gängse kvinnlighetskonstruktioner (Nilsson & Lövkrona 2015:157 ff). Trafficking, pro-

stitution, överfallsvåldtäkter, stalking och näthat är exempel på sexualiserat våld som riktas mot kvinnor av män i det offentliga rummet och som är ett uttryck för kontroll av kvinnor och kvinnors sexualitet (Nilsson & Lövkrona 2015:89 ff).

Våld i nära relationer omfattar alla kända former av mäns våld mot kvinnor och barn i det privata eller offentliga livet – hot, trakasserier, fysisk, psykisk och sexuellt våld, könsstympning, påtvingad graviditet, abort eller sterilisering, påförande av HIV-smitta m.m. Listan kan göras mycket längre och har tidigast formulerats 1993 i FN:s *Deklarationen om avskaffandet av våld mot kvinnor*, (DE-VAW), som kontinuerligt uppdateras i konventioner och manifest (Nilsson & Lövkrona 2015:38 ff). Hit räknas även det som kallas hedersrelaterat våld eller våld i hederns namn. Denna våldform har ett något avvikande mönster, då våldet huvudsakligen utövas mot flickor och unga kvinnor. Förövarna är vanligen föräldrar, bröder eller andra släktingar och handlingarna grundar sig inte sällan på kollektiva intrafamiljära beslut. Det hedersrelaterade våldet, i likhet med andra former av mäns våld mot kvinnor i nära relationer, är länkat till normer för könskillnader och heterosexualitet grundade i patriarkala föreställningar om ägande och kontroll av kvinnors kroppar. Våldet syftar till att disciplinera kvinnor till en traditionell kvinnlighet och därigenom bekräfta en traditionell manlighet, som kvinnan genom sina handlingar har eller kan tänkas destabilisera.

Samkönat våld blir vid första anblicken svårt att förstå i ett könsmaktsperspektiv. Hur kan våldet relateras till kön om både offer och förövare är kvinnor, eller män, det vill säga om de befinner sig på samma position i en hierarkisk könsordning? Och

om våldet inte kan förstås i relation till en könsmaktsordning, hur ska då det maktförhållande som leder till våld i en samkönad relation beskrivas? Är våldet ens ett uttryck för makt? Förövare och offer är aldrig jämbördiga parter och lika ansvariga för misshandeln, något som gäller även i nära relationer där kvinnor utövar våld mot män (Nilsson & Lövkrona 2015:161 ff). I en samkönad relation skapas ett hierarkiskt maktförhållande, som har sin förklaring i kulturella föreställningar om parförhållandet som sådant (Holmberg & Stjernqvist 2005:16).

Sammanfattningsvis visar analysen att samtliga våldsformer har en koppling till kulturella föreställningar om kön, till såväl maskulinitet som femininitet och till en hierarkisk könsmaktsordning. Kopplingen kan se olika ut men sambandet är manifest i de specifika våldshandlingarna oberoende om våldet utövas mot den egna kroppen, mot andra män eller mot kvinnor och barn. Män och manlighet konstrueras genomgående med våld, kvinnlighet med icke-våld, även då kvinnor är våldsutövare.

VÅLD OCH POLITIK

Sedan början av 2000-talet pågår en perspektivförskjutning i det politiska arbetet mot våld. I Sverige, men också i andra länder, har våldsfrågor omvandlats från att vara en jämställdhetsfråga till en "hanterandefråga", till en fråga om hur våld ska förebyggas, upptäckas och åtgärdas (Norrby 2013:19). Omorienteringen har ett samband med hur våldsfrågan utvecklats på den internationella arenan där FN (och EU), vid sidan av WHO, intensifierat sitt arbete mot våld, men från något olika utgångspunkter.

FN har tidigt anslutit sig till ett radikalfeministiskt könsmaktsperspektiv på våld och våldets orsaker. Det är i detta perspektiv arbetet med att främja kvinnors mänskliga rättigheter skall ses. Deklarationen från 1993 (DEVAW), som ovan nämnts, var en milstolpe i världssamfundets arbete mot våld. Deklarationen stötte redan från början på svårigheter på grund av de radikala skrivningarna och har fortfarande inte ratifierats av mer än 89 av de 189 medlemsstaterna. Reservationerna är många även bland undertecknarna och en intressant läsning som ger vid handen att DEVAW:s beskrivning av vilka våldshandlingar som ska inbegripas, inte delas av flertalet stater. Sverige är det enda land som inte reserverar sig mot någon punkt i deklarationen och det radikalpolitiska perspektivet har legat till grund för såväl det fjärde jämställdhetspolitiska målet som för Kvinnofredspositionen och prostitutionslagstiftningen i slutet av 1990-talet.

Inom FN finns en oenighet mellan utvecklingsländer och västländer i synen på hur arbetet mot våld bäst utförs. Västländer betonar vikten av jämställdhetsarbete, och rekommenderar "gender mainstreaming", dvs. att staterna ska integrera ett könsperspektiv i alla beslut samt att fokusera på kvinnors sexuella rättigheter. Utvecklingsländerna däremot framhåller arbetet med medlemsstaternas socio-ekonomiska villkor och hur dessa påverkar förekomsten av våld (Brottsoffermyndigheten). Denna senare uppfattning ligger i linje med WHO:s våldsförståelse. I WHO:s rapport, som tidigare refererats, lanseras 2002 en "ekologisk" förklaringsmodell till våld. Våldets orsaker förläggs till socio-ekonomiska faktorer såsom fattigdom, kvinnors generella låga status, bristande civila rättigheter, avsaknad av

lagstiftning kring familj, hög acceptans för att lösa konflikter med våld, hög nivå av våld i ett samhälle samt kulturella föreställningar som bidragande faktorer (World Report 2002:12f). Multiförklaringsmodeller som denna har kritiserats för att vara vaga och oprecisa och för att åter flytta ansvaret för våldet från män (Hearn 1998:31). Den ekologiska förklaringsmodellen används numera ofta i medicinsk och viss samhällsvetenskaplig våldsforskning, och är okontroversiell, till skillnad från de feministiska teorierna.

Den ekologiska förklaringsmodellen har också ett samband med synen på våld som en hälsofråga, något som WHO i sin *World Report on Violence and Health* (2002) lyfter fram redan i titeln. Hälsoaspekten på våld är "ofarlig" i betydelsen att den, i likhet med den ekologiska modellen, följer våldets relation till könsmaktsordningen. Hälsoaspektivet har genererat en rad kartläggningar av våldets hälsorisker och kräver hälsoförbättrande åtgärder. Den svenska studien *Våld och hälsa* (2014) skall ses i detta sammanhang. Våldsutsatthet leder obestriddligen till svåra hälsoproblem för kvinnor som måste hanteras av samhället. Kopplingen av våld till hälsa måste dock problematiseras. Vad gör det med vår förståelse av våld att våldet framställs som ett hälsoproblem? Vilka alternativa innebörder tränger en sådan förståelse undan? Uppenbart är att intresset för våldets hälsokonsekvenser riktar fokus mot den våldsutsatta kvinnan och inte mot den våldsutövande mannen. Hanteringen av problemet kommer med det här perspektivet att handla om att förbättra kvinnors hälsa och livsvillkor – inte om att till exempel förbättra kvinnors rättstrygghet, eller förändra mäns våldsbenägenhet.

Vad perspektivförskjutningen från

könsmaktsfrågor och jämställdhet till hanterande-frågor i det politiska arbetet kan komma att innebära är oklart. Det saknas stöd i forskningen för att jämställdhet motverkar våld eller att jämställda män slår mindre än icke-jämställda män. Det finns däremot ett vetenskapligt belagt samband mellan maskulinitetsnormer som utgår ifrån mäns överordning över kvinnor och ökad risk för våld. Det förefaller därför rimligt att ökad jämställdhet skulle kunna förändra detta samband, men det går inte att bortse från att våld förekommer även i jämställda relationer. Jämställdhet kan också vara en orsak till våld – kvinnor som uppfattas avvika från traditionella kvinnoroller disciplineras med våld av sina män.

Sammanfattningsvis, visar forskningen att bristande jämställdhet och fattigdom försvårar livet för de kvinnor som utsätts för våld i nära relation, men dessa förhållanden förklarar inte varför våldet utövas och hur våldet ska stoppas (Nilsson & Lövkrona 2015:70). Postkolonialt orienterade forskare har framfört kritik mot en global könsmaktsordning som källa till våld och förtryck av kvinnor. Könsmaktsperspektivet har, hävdar de, bidragit till en alltför ensidig bild av "den misshandlade kvinnan", modellerad efter en vit medelklasskvinna, något som riskerar att marginalisera de våldsutsatta kvinnor som inte passar in i modellen (de los Reyes & Mulinari 2005:22f). Vad som talar för en könsmaktsförståelse av mäns våld mot kvinnor är, att även om bristande jämställdhet och fattigdom kan sägas försvåra livet för de kvinnor som utsätts för våld i nära relation, förefaller andelen utsatta kvinnor vara lika stor oberoende av ekonomisk och kulturell kontext (World Report 2002:97ff; Nilsson & Lövkrona 2015:70).

Såväl nationellt som internationellt står våld mot kvinnor i fokus för politik och åtgärder. Det saknas emellertid en bredare diskussion om mäns våld generellt och hur mäns våldsutövning på exempelvis slagfältet är relaterat till våld i vardagen (Cockburn 2012:26 ff). Denna breda diskussion som efterlyses är en teoretisk diskussion som måste föras i våldsforskningsfältet.

”FORSKNINGSFÄLTET SOM SKÖTS I SANK”

Rubriken på detta sista avsnitt är hämtad från tidningen *Genus* 2013 (Norrby 2013). Det forskningsfält som avses är den feministiska våldsforskningen och den som yttrar orden är en av Sveriges mest kända våldsforskare, professor Eva Lundgren. Hon anger som förklaring till vad hon ser som en backlash för våldsforskningen den uppmärksammade dokumentären *Könskriget* i SVT för drygt tio år sedan. Efter den dokumentären artikulerades motståndet mot genusforskningen i allmänhet och genusforskning mot våld i synnerhet, i termer av ”särintresse”, ”extremfeminism”, att forskarna var drivna av ”ett besinningslöst manshat” och deras forskning betecknades som rena ”stolligheter”, för att nämna några av de motståndsuttryck som kom till uttryck (Nilsson & Lövkrona 2015:169 ff).

Våldsforskningens svacka är inte enbart en konsekvens av TV-dokumentären. Betydelsen av den globala politiska utvecklingen som skisserats ovan ska inte underskattas. Svensk politik har följt med i den internationella omdefinieringen av våld från könsmaktsförståelse till en hanterande fråga, så delvis även forskningen. Staten har (vällovligt) satsat stora resurser på

forskning om kvinnors hälsa och initierat flera utredningar som lyfter våldsprevention, riskbedömningar, behandlingsmetoder, ekonomiska kalkyler över våldets samhällsliga kostnader samt stödåtgärder till våldsutsatta kvinnor. Resurser och arbete har utlokaliseras till särskilda myndigheter och Länsstyrelser. Vilka konsekvenser får detta fokus på hanterande frågor? Det verkar råda en utbredd uppfattning om att den teoretiska frågan är ”avklarad” och att ytterligare kunskap om män och våld inte behövs för att kunna hantera våldet. Eller, kan bristen på fördjupad teoretisering om män och våld förklaras med att det fortfarande är näst intill omöjligt att diskutera mäns ansvar, ens som maskulinitetsforskare (Nilsson & Lövkrona 2015:178 ff)? Våldpreventiva åtgärder, riskbedömningar och behandlingsprogram, dvs. hanterande frågor, måste för att ge effekt korrespondera med en adekvat teori om våldets orsaker. Så även de åtgärder som skall stoppa våldet. Där är vi inte än!

REFERENSER

- Cockburn, Cynthia, 2012. *Antimilitarism: Political and Gender Dynamics of Peace Movements*. New York: Palgrave Macmillan.
- Deklarationen om avskaffandet av våld mot kvinnor, 1993. (DEVAW), <http://www.brottsoffermyndigheten.se/default.aspx?id=1608>.
- de los Reyes, Paulina & Mulinari, Diana, 2005. *Intersektionalitet: Kritiska reflektioner över (o)jämlighetens landskap*. Malmö: Liber.
- Ending Gender-Based Violence: A Call for Global Action to Involve Men*. A summary of research prepared by Harry Ferguson et al. Stockholm: Sida 2004.
- Engvall, Caroline, 2008. *14 år till salu: En sann svensk historia*. Stockholm: Kalla kulor förlag.
- Galtung, Johan, 1990. ”Cultural violence”, i *Journal of Peace Research*, vol. 27 nr 3, s. 291–305.

- Gottzén, Lucas, 2014. "Män, våld och jämställdhet", i *Män och jämställdhet*. SOU 2014:6, bil. 8, s. 521–575.
- Grunder, Anette, 2013. *Unga risktagande: En kartläggning av socialtjänstens arbete kring unga, risktagande och sexualitet*. Sexuell hälsa, Malmö stad. Malmö stad och Region Skåne.
- Hearn, Jeff, 1998. *The Violences of Men: How Men Talk About and How Agencies Respond to Men's Violence to Women*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Holmberg, Carin & Stjernqvist, Ingrid, 2005. *Väldsam lika och olika: Om våld i samkönade parrelationer*. Rapport nr 36, Centrum för genusstudier. Stockholm: Stockholms universitet.
- Johansson, Anna, 2010. *Självskada: En etnologisk studie av mening och identitet i berättelser om skärande*. Umeå: hström.
- Kaufman, Michael, 1997. "The construction of masculinity and the triad of men's violences", i O'Toole, Laura & Schiffman, Jessica R., *Gender Violence: Interdisciplinary Perspectives*. New York: New York University Press, s. 30–51.
- Merry Engle, Sally, 2006. *Human Rights & Gender Violence: Translating International Law Into Local Justice*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Nilsson, Gabriella & Lövkrona, Inger, 2015. *Väldets kön. Kulturella föreställningar, funktioner och konsekvenser*. Lund: Studentlitteratur.
- Norrby, Anna, 2013. "Forskningsfältet som sköts i sank", i *Genus*, 2013, nr 2–3.
- Understanding and Addressing Violence Against Women*, 2012. World Health Organisation (WHO).
- World Report on Violence and Health*, 2002. Genève: World Health Organisation (WHO).
- Väld och hälsa: En befolkningsundersökning om kvinnors och mäns våldsutsatthet samt kopplingen till hälsa*, (2014). Uppsala: Nationellt centrum för kvinnofrid (NCK), Uppsala universitet.
- Åse, Cecilia, 2014:76. *Perspektiv på Norrmalmstorgsdramat*. Malmö: Liber.

SUMMARY

*What is Violence?**Theoretical and Political Perspectives**(Vad är våld?)**Teoretiska och politiska perspektiv*

Most of all violence is committed by men, both in war and in peacetime. Half of the victims of male violence are men – the other half are women and, directly or indirectly, children. This pattern is global and historical constant – violence has a gender. This article analyzes men's violence against themselves, men's violence against other men and men's violence against women, in a cultural and feminist perspective. Elimination of violence against women has been one of the UN's highest priorities since 1993, a goal which is also incorporated in Swedish gender equality policy. In recent years in Sweden there has been a shift in perspective of the political work from gender equality issues to handling issues, that is, prevention, detection and treatment as well as violence as a health problem. Issues like these could not, however, be properly managed without a solid theoretical base explaining the connection between all forms of men's violence – for example, how male violence in war is related to male violence in everyday life. Such research in Sweden has difficulty establishing itself after the 2000s backlash, and the ruling perception seems to be that the theoretical question is "completed".

Key words: male violence, masculinity, feminist perspective, culture, gender equality politics, human rights.

Inger Lövkrona, Professor Emerita, Division of Ethnology, Department of Arts and Cultural Sciences, Lund University, Lund, Sweden.

Gabriella Nilsson, Associate Professor, Division of Ethnology, Department of Arts and Cultural Sciences, Lund University, Lund, Sweden.

Den digitale rejse

Digitaliseringsprojekter i regional kultur- og oplevelsesindustri

SARAH HOLST KJÆR, fil. dr i etnologi og seniorforsker på Agderforskning A/S, Kristiansand, Norge. Kjær forsker i forholdet mellem regional kulturarv, kultur- og oplevelsesindustri og attraktionsudvikling. Hun har et specifikt fokus på markedsetnografi og på hvordan kulturforståelse kan appliceres en turistisk praksis. Senest skrev hun kapitlet "The Performative Museum" der handler om det regionale kulturhistoriske museums markedsstilpasning i den nye økonomi. Kapitlet udkommer i antologien Sensitive Objects (red. Maja og Jonas Frykman) i 2016 ved Nordic Academic Press.



Denne artikel handler det om hvordan digitaliseringsfirmaet Blue Point ønskede at etablere gratis tilgængelige wifi-områder i kulturarvsattraktionen Gammelbyen gennem et samarbejde med den lokale kultur- og oplevelsesindustri.

Gammelbyen er et velbevaret fæstningsværk, grundlagt i 1567 og forvaltet af det norske Forsvarsbygg. Men Gammelbyen er også en turistificeret bydel lokaliseret på en ø i Fredrikstad. I internet-avisen *Huffington Post* blev Gammelbyen – "Fredrikstad Fortress" – i 2014 udvalgt til at være nummer syv på en top ti liste over norske attraktioner, et "ancient wonderland" og et af de bedst bevarede fæstningsværker i Skandinavien. Norge som rejsemål blev desuden kåret til at være "greatest place on Earth".¹

Målet med projektet "Den digitale reisen – større kundetilfredshet og økt lønnsomhet" var at etablere wifi-områder som var gratis for turisterne, men finansieret af kultur- og oplevelsesindustrien lokaliseret i Gammelbyen.² Det digitale netværk ville kunne bruges til kommunikation udadtil til turisterne og indadtil mellem virksomhederne.

Der var således to hensigter med projektet: dels skulle det trådløse netværk fungere som en front-desk – en roaming-fri guide tur, således at Gammelbyens internationale turister kunne orientere sig på øen og vandre til de attraktioner og tjenester som de havde interesse i, dels skulle netværket fungere som back-office system hvor virksomhederne kunne få tilgang til, og udhente identitetsoplysninger om, turisterne i et "customer relationship management" (CRM) system der gjorde det enklere at matche de forskellige typer af kulturoplevelser

med turisternes forskellige typer af smag og præferencer.

Spørgsmålet som Blue Point ønskede at stille de lokale næringsdrivende indenfor fæstningsværkets murer var, om de ønskede at betale for et sådant digitalt samarbejde med henblik på – udadtil – at imødekomme de forskellige turistsegmenters kulturelle baggrund for derfor bedre at kunne tilpasse og digitalt markedsføre oplevelsesprodukter og oplevelsestjenester fra 'business to customer' (B2C). Indadtil ville det digitale projekt handle om at samarbejde bedre om turisterne i en "business to business" (B2B) relation: når turister loggede på det trådløse net ville virksomhederne hurtigt kunne fordele kunderne mellem sig eller assistere de andre virksomheder i at servicere turister. Samarbejdssystemet tog således højde for at der vil være overkapacitet et sted og underkapacitet et andet – at ikke alle virksomheder tilfredsstiller alles behov, men at man alligevel kunne gøre forretning ved at assistere sine samarbejdspartnere i udførelsen af totale oplevelsesprodukter.

Blue Point ønskede at opnå forskningsindsigt i hvordan digitale løsninger påvirker turisternes tilfredshed med oplevelses- og serviceprodukter samt som turistinformation. Kunne man anslå et økonomisk potentiale hvis virksomheder optimerede deres drift og tilbød forbedrede oplevelsesprodukter gennem digitale løsninger? Hvilke svagheder fandtes der ved digitale løsninger? Denne artikel kommer til at give nogle svar på dette.

Med andre ord, hvordan kunne den lokale kultur- og oplevelsesindustri udnytte den globale og digitale smart telefon tendens at i 2020 vil fire ud af fem voksne turister bruge deres egen smart telefon i alt hvad de gør. Med andre ord hvordan kunne Gammelbyens næringsdrivende

udnytte trenden "bring your own device" (BYOD)?

Denne artikel tager empirisk udgangspunkt i de dialogiske processer og dialogmøder som foregik i 2015 i Fredrikstad mellem de lokalt forankrede – offentlige og private – kultur- og oplevelsesvirksomheder. Det diskuteres hvordan en sammensat turistbranche opfattede relevansen af digitale specialværktøjer – her en elektronisk platform for markedsføring og kundefølgning (CRM) konkretiseret gennem gratis tilgængelige wifi-områder.

Kunne virksomhederne se et behov for at samarbejde tilpasse og målrette – "customize" og segmentere – kulturarvs- og serviceoplevelser til forskellige grupper af turister? Artiklen undersøger hvordan fælles udvikling af digitale projekter internt i den regionale kultur- og oplevelsesindustri kan tydeliggøre en destinations (manglende) samarbejdsmetoder.

TOTALE OPLEVELSER

Der findes i hundredevis af fæstningsværker af forskellige dato rundt omkring i Nordeuropa. Mange af dem er bygget over samme læst som Fredrikstad fæstning og er mere eller mindre godt udnyttet som kulturarvsattraktion. Det særlige ved Fredrikstad fæstning er at mange små og mellemstore oplevelses- og servicevirksomheder har lokaliseret sig indenfor fæstningens mure hvilket motiverer turister til at blive længere. I Skandinavisk sammenligning er et meget veludnyttet fæstningsværk til oplevelses- og turismeformål nok Fristaden Christiania (etableret i 1971) i København. Fæstningsværket er af samme type som Fredrikstad fæstning men Danmarks fjerde største turist-



Fredrikstad festning. Kilde: www.forsvarsbygg.no. Foto: Kjetil Rolseth.

attraktion og en levende bydel som genererer en gæstestrøm på ca. en halv million turister om året. Christiania har et hippie-tema og fungerer som en alternativ kunst- og kulturscene.³ Det hævdes at også Fredrikstad festning i 2014 tiltrak en halv million turister årligt.⁴ Det er kompliceret at differentiere sig og der er stor konkurrence indenfor turistindustrien. Derfor handler det om at sælge og produktificere fysiske landskaber, pladser og rum, men det handler også om hele tiden at udfordre forholdet mellem fantasi og materialet, historien og den gode historie (O'Dell 2002:28).

I regionale turistmiljøer som i Fredrikstad, er det helt afgørende at små og mellemstore, offentlige og private aktører, samarbejder. Man har helt enkelt ikke kapaciteten til at måle sig med store globale og internationale aktører. Fordi turisten idag selv sammensætter sin egen rejse gennem brug af internet betyder det at små og store turistindustrier konkurrerer side om side om kundens opmærksomhed (Pine 1993).

Desuden ønsker en lokal turistindustri ofte at udvide gæstedøgnet og turistsæso-

nen – at få turisten til at blive længere. Det betyder at turisten dels skal have tilfredsstillet sine basale behov (spise, sove, lade sig transportere) og dels skal have sine sofistikerede behov (opleve meningsfylde, realisere sine sociale relationer eller individualitet) opfyldt. Oplevelsen af at basale og sofistikerede behov bliver dækket, forbindes med følelsen af totalitet – og det er den følelse man stræber efter, når man – f.eks. digitalt – konceptualiserer og designer helhedsmiljøer, oplevelsespakker og sammenhængende rejseruter. Den totale oplevelse kan også forklares gennem en analogi til oplevelsen af noget multisensorisk: man stimulerer og komponerer sanserne (smag, lugt, syn, hørelse, følesans) så de tilsammen syntetiseres i oplevelsen af et koncept (O'Dell 2006).

Med udgangspunkt i gæstens kropslige tilstedevær stimuleres således det sansemæssige på æstetiske måder. Det er også helt afgørende for en destinations overlevelse at de tematiserede og konceptualiserede oplevelsesprodukter er målrettet tydeligt definerede segmenter (Pine 1993). Stedet må tilbyde kvaliteter, oplevelser og fordele, så det synes værd for

turisterne at opholde sig der (Thufvesson 2009). Et totalt attraktionsdesign produceres også gennem nøgleord, oneliners og slogans for, på den måde, at opbygge en stedsidentitet (Strömberg 2009:14). Tematiserede oplevelser gør det desuden visuelt enklere for en destination at markedsføre produkterne digitalt og en attraktion kan bedre adskille sig fra andre attraktioner ved at have tydeligt konceptualiserede produkter (Bosjwijk, Thomas & Peelen 2007).

MARKEDSETNOGRAFI

I den norske kultur- og oplevelsesindustri sker det at en privat virksomhed tager initiativ til at etablere et lokalt forankret destinationssamarbejde omkring udvikling af en total oplevelsespakke og en 'forretningsmodel' – som i dette tilfælde henviser til et internt samarbejdssystem virksomheder kan profitere på. Det betyder at en række naboer inviteres til at engagere sig i en fælles sag. Dette var også tilfældet i Gammelbyen. En festival, restauranter, cafeer, en boghandler, et kommunalt børnekulturtilbud, kommunens kulturafdeling og turistbureauet Visit Fredrikstad & Hvaler dukkede op til det indkaldte dialogmøde. Andre lokale aktører kom ikke. En række specialbutikker, restauranter, cafeer og hoteller, men også Fredrikstad museum, det lokale bymuseum lokaliseret i Gammelbyen, samt Forsvarsbygg som drev fæstningen, var ikke tilstede.

I projektet udformedes et mindre spørgeskema på ti spørgsmålstemaer for at kortlægge hver enkelt virksomheds oplevelses- og serviceprodukter og for at undersøge om disse kunne matches og sammensættes på forskellig vis for at skabe

nye oplevelsespakker målrettet forskellige turistgrupper. Spørgsmålene til virksomhederne bestod bl.a. i at de skulle definere hvilket tema Gammelbyen havde for dem – var det et fæstningsværk, et museum, en levende bydel eller noget helt andet? Desuden blev de bedt om at udvælge et-tre tjenester eller produkter i deres egen virksomhed som stemte overens med deres opfattelse af det tema de selv havde valgt at Gammelbyen burde have. Efterfølgende blev de bedt om at forklare hvem de mente kunden var til de udvalgte tjenester og produkter, samt om de kendte til eller samarbejdede med de andre nabovirksomheder på fæstningsøen. Desuden blev de adspurgt om de allerede havde samarbejdet om fælles oplevelsespakker. Målet var at undersøge hvilke totale oplevelses-temaer som Gammelbyen kunne levere. Derefter var målet at matche dem med de kundedata som turistbureauet havde oparbejdet og de turister som turistbureauet strategisk stræbte efter.

I et markedsetnologisk projekt bliver etnologen hidkaldt for at udføre forskellige aspekter af projektets forskningsmæssige dimensioner: der skal laves en forskningsfront – et state of the art; det skal undersøges og belyses hvad projektdeltagerne vil få ud af at investere deres tid og ressourcer i et samarbejde. Endelig skal projektet undersøge deltagervillighed på destinationen – er alle med? Synes alle at projektet er relevant? Sådant fungerer det i al fald i teorien. I praksis opnåede hverken Blue Point eller jeg som indkøbt forsker, at forankre ideen om et fælles trådløst gæstenedværk hos virksomhederne. Blot et par virksomheder returnerede spørgeskemaerne; virksomhedsledere og deres repræsentanter vandrede ind og ud af mødet for at tage telefoner; mange var også bekymret for hvor meget ekstra arbejde

og vedligehold et sådant markedsføringsredskab og gæstehåndteringssystem ville medføre i en allerede presset hverdag.

I markedsetnografiske undersøgelser er dette helt almindelige forskningsvilkår. Markedsetnografi adskiller sig fra klassisk etnografisk feltarbejde ved at opdragsgiveren – i dette tilfælde Blue Point og ikke forskeren selv – stiller spørgsmålene og angiver retningen for, hvad der er interessant at undersøge (Mariampolski 2006:51). Ofte arbejdes der på afgrænset tid, hvilket vanskeliggør muligheden for at forfølge andre spor som ellers ville kunne opdages undervejs. For at undersøge, hvorvidt kulturvirksomhederne i Gammelbyen kunne være interesseret i en fælles digital markedsførings- og kundeforholdningsplatform involverede markedsetnografien dels trendanalyser for turisternes fremtidige digitale adfærd; kulturforståelser ('culture management') af de (ønskede) turistgrupper som Visit Fredrikstad & Hvaler håndterede, samt; en forståelse af den regionale kultur- og oplevelsesindustriens arbejds- og forretningsvilkår. På den måde blev et dokumentstudie af virksomhedernes hjemmesidepræsentationer også gennemført.

BUSINESS AS USUAL?

Blue Point havde identificeret et behov i markedet. 90 procent af alle internationale turister ønskede ikke at betale roamingpriser men ville i stedet være villige til at afgive personlige oplysninger – kundedata – mod at opnå gratis internet og tilgængelig turist-information. Forretningsmodellen var på den måde *win-win* for alle på destinationen – det lokale turistbureau Visit Fredrikstad & Hvaler ville kunne formidle turist-information; virksomhe-

derne ville kunne forvalte deres kapacitet og ressourcer bedre og de ville opnå målrettet markedsføring gennem push-meldinger (SMS-beskeder eller Facebook-notifikationer som dukker op på skærmen) samt oplevelsesruteforslag. Mens kunde-data ville tilhøre de betalende virksomheder, ville Blue Point som digital formidler kunne opnå profit gennem den datatrafik som brugen af det trådløse net ville generere.

Gennem studiet af de forskellige virksomheders hjemmesider stod det klart at mange virksomheder havde samme typer problemer med, periodevis, at have under- eller overkapacitet. Desuden have mange kun 'halve' oplevelsesprodukter og 'delvise' oplevelsespakker – altså oplevelsen var ikke gennemtænkt ud fra et kundes-perspektiv og betonedede ikke muligheden for både immateriel og materiel konsumption.

Regionale små og mellemstore oplevelsesvirksomheder kæmper ofte med at definere deres målgrupper, tilpasse deres oplevelsesprodukter, vedligeholde deres hjemmesider og følge en markedsplan systematisk. Desuden er det en branche som oftest ikke indkøber specialkompetencer eller samarbejder med andre geografisk relaterede virksomheder. Dette skaber 'huller' i den totale turistoplevelse af et sted og svækker konkurrenceevnen i forhold til de attraktioner og destinationer man gerne vil sammenligne sig med.⁵

Eksempelvis solgte Gammelbyens boghandler ganske vist bøger – men handlede de om Gammelbyen, var de på engelsk, og kunne man samtidig få anvist en god spot på en af øens strande, låne en liggestol og få en kop take-away kaffe? Hvad med cafeen ved siden af? Kunne de indgå i denne oplevelsespakke og stikke kaffen ud af vinduet, når gæsten vandrede forbi med

liggestolen? På Forsvarsbyggs hjemmeside var der ”Tips til egenaktivitet”. Den sultne kunne picknikke, den nysgerrige kunne gå på opdagelsesfærd, de romantiske kunne kigge på måneskin og solopgang, den sporty kunne dyrke yoga eller jogge og den pligtopfyldende kunne læse, arbejde eller studere, som der stod. Alle disse forslag var faktisk begyndende gæstesegmenteringer, men de var endnu ikke kommercialiserede. Hvad med Fredrikstad museum? Kunne man her fungere som indholdsressource, bistå med at udvælge og tematisere de forskellige aktiviteter, så de passede til (et eller flere) af fæstningsøens historiske begivenheder? Den virksomhed som havde flest følgere – over 23000 på undersøgelsestidspunktet og langt flere end de 4558 følgere på Facebook som Fredrikstad museum (eller rettere sammenslutningen af Østfoldmuseerne) havde – var imidlertid øens årlige Månefestival. I et loyalitetsperspektiv var denne festival langt mere betydningsfuld for gæsterne end øens etablerede museumsorganisationer. Festivalen kunne således forstås som øens egentlige og vigtigste gæste-driver. Det virkede ovenikøbet også til at Månefestivalen havde brug for at samarbejde med øens andre kultur- og oplevelsesvirksomheder. Under rubrikken ”Fun facts” kunne man på festivalens hjemmeside læse at man et år var løbet tør for forsyninger og mad til festivalgæsterne. Da alt var udsolgt, måtte Jimmy – festivalchefen – opkøbe alle de sandwiches og færdigmenuer han kunne opdrive på landsdelens benzin-stationer. Alt i mens havde øens andre restauranter og cafeer ledig kapacitet.

Et digitalt samarbejde kunne koordinere og designe totalitet i øens oplevelser. Øens virksomheder havde også et stort behov for at samarbejde om at dele og fa-

cilitetere gæstestrømme indbyrdes. Dette kunne ske gennem et digitalt netværk.

Co-creation kan defineres som samskabelse og er et innovationsbegreb der er særligt tilpasset kultur- og oplevelsesindustrien. Fordi det ikke er tvingende nødvendigt at konsumere fritids- og turistprodukter, handler co-creation om at udnytte kundens erfaring med, og loyalitet overfor, virksomheden. Formålet er at forbedre produkter og tjenester. Samskabelse kan tage form gennem praktisk innovationsarbejde eller gennem kulturforståelse af kundens adfærd, smag og præferencer (Hjemdahl 2003; Mossberg 2007). Kundens engagement honoreres af industrien ved at tilpasser – customiser – produkterne til gæstens særlige sociale behov og kulturelle interesser. Men havde Gammelbyens aktører en samskabende tilgang til sine gæster? Kendte de til deres kunders sociale rejsesituation eller kulturelle baggrund?

Under dialogmødet blev det klart, at de indkaldte virksomheder ikke havde systematiseret ret megen information om deres gæster og heller ikke vidste, hvordan de skulle bruge det, de vidste, til yderligere værdiskabelse. På mange måder virkede det helt relevant at introducere et digitalt samarbejdssystem – det trådløse wifi-netværk – da destinationens aktører, særligt Visit Fredrikstad & Hvaler, kunne matche deres kundeoplysninger – de såkaldte big data – med virksomhedernes oplevelses- og servicetilbud for, totalt set, at skabe målrettede produkter til forskellige grupper af turister.

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

I Visit Fredrikstad & Hvalers kundedata, og udtalt i deres vision om organiseringen

af den lokale turistindustri, stod det klart, at man i fremtiden ønskede at tiltrække et større, internationalt cruise-marked og det ville betyde en større tilstrømning af turister til Fredrikstads hovedattraktion Gammelbyen.

Turister er ikke ens og de vil behandles forskelligt (Pine 1993). Ud over at det trådløse netværk skulle bestå af et match mellem turistbureauets oplysninger og virksomhedernes tilbud, var ideen også, at når turisten loggede på Gammelbyens netværk var han eller hun forpligtet til at afgive relativt få oplysninger om nationalitet, køn, alder, sociale rejse-vaner (alene, i gruppe) og markerede forskellige opstillede kulturinteresser. Dette ville generere turist-information som på forhånd var tilpasset den kulturforståelse af de forskellige segmenter som turistbureauet sad inde med: En kinesisk turist ville automatisk blive guidet udenom vaffelkage-huset og istedet hen til fiskesuppe-restauranten, mens en skandinavisk børnefamilie netop ville blive guidet hen til vaffelkage-huset og en legeplads. En tysk turist ville få en push-melding om hvor på fæstningsøen man kunne fiske og en amerikansk turist ville få oplyst hvor på den digitale rejse man kunne smage norsk traditions-mad.

Kulturforståelse matchet med de turistgrupper som vanligvis kom forbi Gammelbyen kunne ikke blot give et mere personliggjort – sprogligt og interessemæssigt formidlet – oplevelsestilbud til de rejsende. Et digitalt system kunne også bistå virksomhederne i at stå bedre forberedt: man ville vide hvor mange og hvilke turister der sandsynligvis ville passere forretningen og man ville kunne reklamere med bestemte tilbud for at tiltrække turisten. Man ville kunne organisere oplevelse-produkterne omkring kulturforståelse af

kunden (Buttle & Maklan 2015), men også omkring en kulturforståelse af 'sig selv' – f.eks. blev det foreslået på dialogmødet at organisere forskellige oplevelses-pakker omkring årets og livets traditioner og højtider.

Den digitale rejse var altså ikke blot et markedsføringsredskab som, gennem kundesegmentering og push-meldinger, leverede personliggjort turist-information, det var også en forretningsmodel hvor geografisk forbundne virksomheder kunne samarbejde om at levere en skræddersyet oplevelsesrute som kunne styre og føre gæstens sensoriske oplevelser via digitale og analoge, æstetiske og designrelaterede greb (Strömberg 2009).

DIGITAL IS DEAD

Fredrikstad Festning var forvaltet af Forsvarsbygg som allerede havde installeret QR-koder rundt omkring på øen for at give ekstra museal information til gæsterne. Det var netop disse QR-koder som ville blive dyre for de internationale turister at få tilgang til via deres smart-telefon. Desuden fungerede QR-koderne som direkte referencer til Forsvarsbyggs norske hjemmeside og var ikke tilpasset mobile, turististiske vilkår hvor tilgang til information skal ske umiddelbart og i et læsevenligt og sprogligt tilgængeligt format på en bærbar enhed.

Mange af de moderniseringsanstrengelser som kulturarvsindustrien siden 1990'erne har gjort sig med at udvikle og tilbyde apps, spilteknologier, touch screens, SMS-meldinger og QR-koder er allerede forældrede. Formålet har primært været at levere digitalt (arkiv) indhold og at tilbyde en dybere forståelse af et tema gennem eksempelvis guidede ture, live-

role enactment og historieformidling (Strömberg 2012).

Kulturarvsindustrien har også i en nogen udstrækning prøvet kræfter med at kommunikere med sit publikum i sociale medier som Facebook, TripAdvisor og Twitter. Forhåbentlig har organisationerne fået indarbejdet rutiner med at kommunikere i *real-time* med sine gæster, selvom man generelt set ikke har indhentet eller brugt kundedata – big data – til produktudvikling og kommunikation.⁶ Ikke desto mindre har bruger-genereret indhold på Trip Advisor og Facebook et godt rygte blandt publikum og sociale medier fungerer ofte som en markedsføringskanal baseret på word-of-mouth til lid mellem folk der kender hinanden (Buttle & Maklan 2015).

Kulturarvsindustrien har nogle gange opfattet digitale løsninger som besværlig teknik som skulle overvindes. Siden 1990'erne har digitale løsninger da også været forbundet med en række børnesygdomme: overraskende dyre roaming-priser; mobilskærme som fungerer dårligt i solskin; apps der alligevel ikke fungerer; langsomme opkoblinger til hjemmesider hvor man ovenikøbet må søge i et indhold der ikke er tilpasset mobilt brug eller teknisk udstyr som ikke fungerer eller som er upraktisk at bruge. I et publikumperspektiv har disse digitale løsninger haft et dårligt rygte og der har været en overfokusering på digital teknik og ikke på brugervenlighed (Skot-Hansen 2008; Strömberg 2012).

I dag er alle digitale løsninger mulige. Kontakten mellem medium og bruger kræver en internettilgang. Oplevelsesmiljøet bliver aktiveret gennem Bluetooth-funktionen og formidles via f.eks. GPS-koordinator, Ibeacons (små dimser der monteres rundt omkring i det fysiske

miljø), apps eller QR-koder. Disse 'stedsaktiveringsteknologer' og medier skifter hurtigt – og nogle er forældede allerede når de installeres. I et trend-studie perspektiv – altså når man undersøger 'first-mover' tendenser som endnu ikke er redegjort for akademisk (Lopiano-Misdorn & de Luca 1993) – forstås digitale løsninger ikke desto mindre også som afgæede ved døden. Hvorfor er det digitale dødt?

Gennem digital teknologi har kulturarvsindustrien ønsket at fremtidssikre sig og gøre sig relevant for særligt et ungt publikum. Ungdommen har imidlertid aldrig oplevet at noget ikke er digitalt. For dem fungerer det analoge og det digitale som en sammensmeltning. Smart-telefonen er et redskab der ligger i forlængelse af kroppen. Den er ikke *ein ding an sich* og omgærdes ikke af sine brugere med mystik eller ophøjethed. Den bør heller ikke kræve særlig opmærksomhed, men bare fungere som et medium for umiddelbar tilfredsstillelse. Dette har kommercielle virksomheder forstået gennem en af de seneste digitale tendenser – programmatisk annoncering.

"Programmatisk annoncering" henviser netop til push-meldinger som er baseret på en algoritme hvor flere internetdata knyttes sammen på en bestemt måde der udløser markedsføring. Har forbrugeren digitalt tilkendegivet et loyalitetsforhold til for eksempel et øl-mærke, og har man sin Bluetooth-funktion slået til, vil man, når man passerer en Ibeacon, indenfor ti meters afstand få en push-melding hvori det meddeles at på den bar man netop har passeret, forhandles det foretrukne øl-mærke. Algoritmen består i flere flettede data om forbruger-adfærd (folk foretrækker at drikke øl en fredag eftermiddag, sammen med venner eller kolleger og i solskin), temperatur-måling,

tidspunkt, ugedag, geografi og forhandlerliste. Denne type programmatisk markedsføring kan altså eksemplificere en helt uproblematisk, behovstilfredsstillende og sømløs analog og digital verdenssammensmeltning. I et forbruger-psykologisk perspektiv hævdes det at denne salgsmetode, at tilbyde et produkt som stimulerer gæstens umiddelbare realtidssituation, kan skabe følelser af intimitet som genererer mersalg.⁷

Men mens projektet stod på, ændrede de digitale vilkår sig igen. Der var stadig med i internettet, men digital kommunikation ville formentlig også blive påvirket af EU-lovgivning. Det kom f.eks. på tale at telefoniudbyderes roaming-afgifter helt skulle fjernes fordi de opfattedes som tekniske handelshindringer.⁸ Blue Points incitamentet overfor Gammelbyens kultur- og oplevelsesindustri – at kommunikere direkte med Gammelbyens turister, dirigere og påvirke kundefærd og justere drift, tilbud og samarbejdsrutiner i forhold til segmenterede kundebehov – var derfor på kort tid blevet uaktuel vurderet ud fra en turists ønske om billige eller gratis mobildataløsninger.

BACK OFFICE – FRONT DESK

Det betød imidlertid ikke at udvikling og markedsføring af relevante oplevelser og forretningssamarbejde baseret på kundedata var irrelevant for Gammelbyens virksomheder. Det ville formentlig ikke vare længe før internationale turister gratis eller billigt kunne bruge en hvilken som helst selvvalgt digital løsning for opnå den information de ønskede – hvis de ellers vidste at den fandtes. I Gammelbyen var fæstningens QR-koder synlige og ville formentlig appellere til en vis grad af brug

i fald man, som det var tilfældet i projektperioden, ikke skulle bruge for mange manøvre på at lede efter et relevant indhold på Forsvarsbyggs hjemmeside.

I praksis havde ingen af de små virksomheder de fornødne ressourcer til at involvere sig. Under dialogmødet blev det tydeligt, at stort set ingen af Gammelbyens oplevelses- og servicevirksomheder indsamlede kundedata eller brugte dem til at generere mersalg gennem f.eks. at udvikle tilpassede oplevelsesprodukter. Desuden virkede naboskabet mellem virksomhederne ringe. Få kunne se hvordan de hver især kunne supplere og styrke hinandens virksomhedsdrift ved at indgå i en fælles oplevelseskæde der kunne skabe følelsen af totalitet hos turisten.

Bring Your Own Device – altså dette for virksomhederne at samles om tingen – og gøre den til omdrejningspunkt for attraktionsudvikling, samarbejde og forretningsmodellering var en interessant chance. Man kunne altså forstå smart-telefonen som et redskab der kunne aktivere historiefortælling og tilfredsstillende behov. Tingen kunne koordinere gæstestrømme, organisere forsyninger og arbejdskraft, fungere som gæstedelingsredskab og virksomhederne kunne indgå i en fælles oplevelseskæde. Desuden kunne service og oplevelsesprodukter målrettes og relateres til specifikke kundebehov.

KONKLUSION

Selvom der ikke tælles turister eller betales entre til Fredrikstad festning anslås det i 2014-tal at attraktionen tiltrak en halv million turister. Hvis dette er korrekt, fandtes der et enormt potentiale for lønsom drift i Gammelbyen.

Blue Point ønskede svar på hvilke svag-

heder og styrker der kunne findes i et digitalt samarbejde mellem aktører på en destination og om gæsten ville opleve større tilfredshed i at få turist-information personliggjort og målrettet, samt, hvordan en digital platform skulle organiseres for dels at fungere som markedsføringsredskab af fæstningsøens forskellige kulturoplevelser og for – bagvedliggende – at kunne fungere som et samarbejdsredskab mellem virksomhederne.

I den regionale turist- og oplevelsesindustri køber man sjældent tjenester udefra, men gør alting selv. Projektet virkede derfor som en ekstra belastning. Digital indholdsproduktion handlede om kundekommunikation (front-desk) og samarbejds- og forretningsmodellering omkring at deles om kunderne blandt geografisk samlokaliserede virksomheder (back-office). Målet var at udnytte smart-telefonen som den ting der gav anledning til innovationsprocesser omkring virksomheds-samarbejde og målrettet oplevelsespakkeproduktion på en plads som Gammelbyen og mellem parter som til dagligt nok var naboer, men sjældent talte sammen.

Gennem at tilbyde et gratis trådløst netværk kunne man påvirke efterspørgslen og udhente kundedata som ville målrette oplevelses- og serviceprodukter i Gammelbyen. Desuden ville man kunne samarbejde med andre virksomheder, koordinere gæstestrømme og arbejdskraft, og indgå i en fuld oplevelseskæde sammen. Et sådant digitalt front-desk og back-office system ville øge arbejdsmængden på kort sigt. På lang sigt ville det formentlig give mere lønsom drift fordi man havde tilpasset produkter til relevante turist-segmenter, samt, kunne udnytte hele potentialet i virksomheden ved at vide hvilke produkter som skulle sælges til hvilke grupper. Desuden kunne man ko-

ordinere og fordele indkøb og arbejdskraft.

Arbejdet skulle imidlertid brydes ned i mindre arbejdsopgaver for at virke uoverkommeligt. Destinations- og attraktionsudvikling handler om at samle kræfterne om et fælles mål – for eksempel et internationalt cruise marked – og fordele arbejdet mellem sig. Således kunne og burde Visit Fredrikstad & Hvaler systematisere kundedata og målrette kommunikationen til de relevante turistsegmenter, mens virksomhederne måtte organisere deres oplevelsesprodukter i samlede pakker, så de matchede turisternes kulturelle behov og præferencer.

NOTER

- ¹ www.huffingtonpost.com/2014/12/31/norway-greatest-place-on-earth_n_4550413.html (29.10.15).
- ² Denne artikel er skrevet på baggrund af et forprojekt *Den digitale reise – større kundetilfredshed og økt lønnsomhet* (2015) initieret af det Frederikstad-baserede digitaliseringsfirma Blue Point og med henvendelse til virksomhedsklyngen Arena Magica i Østfold Fylke. Norges forskningsråds program-område "Virkemiddel for regional innovasjon" (VRI) giver økonomisk mulighed for at den regionale kultur- og oplevelsesindustri udvikler sin virksomhed på et forskningsbaseret grundlag gennem disse VRI-projekter.
- ³ <http://webhotel.eamv.dk/mmd270846/chris/turist.html> (02.11.15).
- ⁴ <http://www.f-b.no/nyheter/nyheter/500-000-besokende-i-fjor/s/2-2.952-1.8347668> (02.11.15).
- ⁵ Se Regjeringens reiselivsstrategi 2012. www.nhoreiseliv.no/content/uploads/2012/07/reiselivsstrategien_april2012.pdf (02.11.15).
- ⁶ *Dagbladet Politiken*. Sektionen "International økonomi" i samarbejde med *Financial Times*, onsdag d. 20. maj 2015.
- ⁷ Ibid.
- ⁸ www.mobilsiden.dk/nyheder/eu-vedtager-afskaffelsen-af-de-dyre-roaming-afgifter,lid.35360/ (30.10.15).

REFERENCER

- Bosjwijk, Albert; Thomas, Thijssen, & Peelen, Ed, 2007. *The Experience Economy: A New Perspective*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Buttle, Francis & Maklan, Stan, 2015. *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. New York: Routledge.
- Dagbladet Politiken. Sektionen "International økonomi" i samarbejde med *Financial Times*, onsdag 20. maj 2015.
- Hjalager, Anne-Mette, 2012. "Innovation policies for tourism", i *International Journal Tourism Policy*, vol. 4, no 4, 336–355.
- Hjemdahl, Kirsti Mathiesen, 2003. *Tur-retur temapark: Oppdragelse, oplevelser, kommers*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Lopiano-Misdorn, Janine & De Luca, Joanne, 1997. *Street Trend: How Today's Alternative Youth Cultures are Creating Tomorrow's Mainstream Markets*. New York: HarperBusiness.
- Mariampolski, Hy, 2006. *Ethnography for Marketers: A Guide to Consumer Immersion*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Mossberg, Lena, 2007. *Å skape opplevelser: Fra OK til WOW!* Bergen: Fakkbokforlaget.
- O'Dell, Tom, 2002. "Upplevelsens lockelser, tingens dynamik", i O'Dell, Tom (red.), *Upplevelsens materialitet*. Lund: Studentlitteratur, s. 11–34.
2006. "Meditation, magic and the spiritual regeneration: Spas and the mass production of serenity", i Löfgren, Orvar & Willim, Robert, *Magic, Culture and the New Economy*. New York: Berg, s. 19–36.
- Pine, Joe, 1993. *Mass Customization: The New Frontier in Business Competition*. Harvard: Harvard Business School Press.
- Strömberg, Per, 2009. "Destinationsdesign – förstärkta fjällupplevelser", i *Arkitektur*, nr. 3, 14–19.
2012. "Att levandegöra kulturarvet med digital teknologi: Ett designorienterat perspektiv på befästningsmuseer med IKON-projektet som fallstudie", i *EU-interregional IKON projekt 2009–2012*, s. 1–23. Publiceret: www.IKON.com.
- Skot-Hansen, Dorte, 2008. *Museerne i den danske oplevelsesøkonomi – når oplysning bliver oplevelse*. København: CBS Imagine/Samfundslitteratur.
- Thufvesson, Ola, 2009. *Platsutveckling*. Lund: Lunds universitet, Campus Helsingborg, skriftserie 1/09.

SUMMARY

*The Digital Journey
Digitalisation Projects in Regional Culture- and
Experience Industry
(Den digitale rejse
Digitaliseringsprojekter i regional kultur- og
oplevelsesindustri)*

Since the late 1990ies, culture heritage attractions have experimented with various forms of digital communication. Many technical problems have been connected to these projects and often the user-experience has been neglected. Today everything digital is possible and so evident to many consumers that digital is considered dead. Thus, the awe or annoyance connected to digital projects are changing. More and more, digital projects are used not only as communication of cultural and museological content, but also as 'front desk' strategic marketing aimed at segmented consumers and with the goal of selling customised experience products (B2C). In addition, these projects are also used as ways to handle 'back-office' work processes within the industry itself and amongst neighbouring neighbouring businesses (B2B) and at a destination at large. Here, the goal is to manage customer relationships (CRM) i.e. to organise and instrumentalise consumer-data (the so-called big data) in order to better develop and market products to the taste and preferences of groups of consumers. A digital system – like a wifi area – can also accumulate consumer information which can organise visitors in different cultural segmentations based on various identity-markers ('culture management'). The system can in addition count and estimate the number and nature of tourists arriving at a place. Furthermore, a digital system can make it possible for each firm to match the number of staff and the purchase of resources to the number of relevant tourists. But what can be even more valuable is for the companies to work more closely together by having a digital system which systemise collaboration: although one business will not attract a certain tourism segment, it can still engage in a defined role when delivering a total experience.

In this way, the article discusses how small actors at a heritage site idealistically can work in strategic ways by using accumulated digital knowledge when adapting and performing a complete experience package product. In reality though, and through the method of market-ethnography, it is analysed how (digital) business collaboration was very difficult to obtain. The regional tourism, culture- and experience industry is in general very fragmented and is not used to cooperating. This was the case at Fredrikstad Fortress as well. Still, there was a great potential for making a profit since the fortification attracted around half a million visitors pr. year.

Hence, for projects like these to succeed, there is a need for large actors at a destination – such as

Forsvarsbygg, Fredrikstad Museum, the Section of Culture and Business at the Fredrikstad municipality and not least the DMO Visit Fredrikstad & Hvaler – to follow and communicate visions and supply the industry with enough resources – such as providing relevant consumer data and information on the value of collaborating about targeted experience product assembly.

Keywords: destination collaboration, digital business models, regional experience industry organisation, culture heritage tourism, experience package assembly, culture management.

Sarah Holst Kjær, PhD, Senior Researcher, Agderforskning A/S, Kristiansand, Norway.

Stora? Utdöda? Djur?

Tre frågor till naturhistoriska gestaltningar

SVERKER HYL TÉN-CAVALLIUS är docent i etnologi vid Stockholms universitet och forskningsarkivarie vid Svenskt Visarkiv. Hans forskning har bland annat fokuserat på historiekonstruktioner, socialt minne, åldrande, populärkultur och populärmusik, senast i boken *Retrologier (Höör: Symposion, 2014)*. Han har också medverkat i bland annat tidskrifterna *Popular Music*, *Ethnologia Scandinavica* och *Kulturella Perspektiv*.



Ur den mörka tunneln kommer vår berg- och dalbanevagn åter ut i det öppna igen.¹ Det är en solig och ljummen januaridag 2013 på temaparken Universal Studios i norra Los Angeles, bredvid mig i vagnen sitter min tolvårige son och framför och bakom oss flera medpassagerare.² Framför oss betar på höger sida en brachiosaurus, till vänster några mindre förhistoriska växtätare. Solskenet gnistrar i kolsyredimman. Än så länge befinner vi oss i ett hollywoodskt Paradis – en miljö som vi nått efter en enorm uppförsbacke, där evolutionens ordning är kullkastad och människan är placerad som åskådare till sin egen förhistoria. Vi rör oss bokstavligen bland (artificiella) moln. Men alla som sett någon av ”Jurassic Park”-filmerna eller för den delen någonsin åkt berg- och dalbana vet att någonting lurar bakom nästa krök. Och se där, en vält vagn med små köttätare som sitter och river i resterna av det som en gång var lyckliga parkbesökare. På en ny kulle står otäcka djur som med uppspärade halskragar spottar vatten på oss. De söndertrasade elstängslen och varningslamporna förstärker känslan av att allt har gått fel. Det var inte bara ett naturvidrigt monster forskarna skapat, som i Frankenstein, utan också ett brott mot Tiden.³

Efter att vi mött ytterligare en havererad vagn, och slutligen ställts öga mot öga med ”skräcködlornas kung” – Tyrannosaurus Rex – dör och återvänder vi symboliskt till jordelivet genom en lika lång utförlöpa, och återuppstår tillsammans genom att översköljas av karnevaliska mängder vatten. Fortfarande omtumlad, på väg från åkturen, noterar jag en liten detalj i husfasaden. Dinosaurieägg i relief i infällda kolonner. Sådana ägg som man möter i Jurassic Park-filmen. Och sådana ägg som

ställs ut eller återskapas i naturhistoriska museer.

Vi lever i dinosauriernas tidsålder, menar visualitetsforskaren W.J.T. Mitchell i sin odysse genom dinosauriernas ikonografi *The Last Dinosaur Book* (1998). Den tionde juni 2015 lanserades den påkostade *Jurassic World*, den fjärde filmen med inspiration från Michael Crichtons böcker om urtidsparken. Men det är inte bara dinosauriernas tid, det offentliga rummet formligen översvämmas av stora utdöda djur av alla möjliga slag, från mammutar till utdöda jättehajar. Men varför då? Vad är det som är så lockande med just de stora utdöda djuren? I den här artikeln vill jag ställa några frågor kring vad stora, utdöda djur är och vad de gör (snarare än vad de gjorde när de levde). Frågorna grupperar sig kring tre teman: 1, hur blir skala möjlig – vad är stort och vad är litet, när, hur och varför? 2, hur kan man förstå död, dödande och utdöende i relation till framställningar av förhistoriska djur, och 3, hur formas djur i dessa sammanhang, och vilket slags människa kan de i sin tur ge upphov till?

Artikeln har tillkommit under processen med att utveckla ett forskningsprojekt om just stora utdöda djur. Under ett antal år har jag intresserat mig för hur olika förflutenheter fogas samman av olika aktörer i olika sammanhang, med i en vid bemärkelse musikaliska fragment som utgångspunkt (Hyltén-Cavallius 2014). Ansatsen i projektet *Postdjur – en etnologisk undersökning av sammansättningar av stora utdöda djur* är att flytta blicken en aning till sammanhang där fragmenten utgörs av bland annat fossil, men också bilder, berättelser, filmer och maskiner.⁴ Just de stora döda och framför allt utdöda djuren har nämligen visat en sällsam förmåga att generera inte bara skräck och förtjusning

över själva storleken och över de lika stora tidsrymderna, utan också berättelser och dramatik, nostalgi och vetenskap.⁵ Man kan säga att de fossiliserade ben som paleontologerna gräver och putsar fram ur marken skapar en mängd korskopplingar och knytpunkter: mellan filmare, författare, konstnärer, ingenjörer, forskare, och inte minst med alla de människor i olika åldrar som roas, förfasas, fascineras (eller för delen tråkas ut) i sin egenskap av publik och läsare.

Syftet med det större projektet är alltså att förstå hur dessa djur blir möjliga och vad de i sin tur möjliggör. Intresset för just korskopplingarna och sammanfogningarna inspireras av texter av John Law och Bruno Latour som på olika sätt pekar på hur bitar genom ett aktivt arbete kan komma att se ut som helheter och delar av ett större pussel, och hur dessa helheter i sin tur skapar föreställningar om dem som naturliga (se bl.a. Latour 2005; Law 2004). På det sättet knyter den an till en rad studier som med olika utgångspunkter intresserar sig för samspelet mellan vetenskap och populärkultur i forlandet av människa och djur – nu levande eller utdöda (se exempelvis Cohen 2002; Flinterud 2013; Mitchell 1998; Rieppel 2012; Samuelsson 2008; Thorsen 2012).

STOR LEK – SKALA OCH IKONSTATUS

Anyway, megalodons were haunting the dreams of every living thing 1,5 million years ago. Why? Because they were 60 feet long, weighed more than 100 tons and had jaws that were eighteen feet wide. That's not just big, that's brontosaurus-shit-itself-with-fear big.

(Nature Hates You, <http://www.youtube.com/watch?v=OMZNWxcBrp0>, besökt 17 juni 2015.)

I begynnelsen var kaos. Ett paleontologiskt fältarbete, liksom ett etnologiskt, möter alltid en mer eller mindre kaotisk värld. En fossildepå kan innehålla kvarlevor som sedimenterats och fossiliserats exakt som de en gång låg när de dog, och i andra fall ligger de oordnade huller om buller. Och i likhet med etnologer så måste sedan paleontologerna foga samman intryck, fundera över hur det iakttagna kan hänga samman, försöka hitta mönster och fragment som passar ihop. Vart och ett av dessa fragment är inte alltid så stora, men tillsammans kan de bli byggstenar i väldigt stora konstruktioner. För att foga samman dem krävs kunskaper i levande och utdöda djurs anatomi, och inte sällan mer ingenjörstypade kunskaper om hur belastning, vinklar och kombinationen av krafter kan och inte kan samverka. Och det är inte bara ett antal kunskapsdomäner som möts i det här arbetet, utan också en mängd teknologier: från mät- och analysinstrument till animationsmjukvara. I ett komplext samspel mellan paleontologer, konstnärer, ingenjörer, animatörer och många andra pågår ett ständigt undersökande, vägande och förmedlande av hur förhistoriska djur egentligen kan ha sett ut och rört sig.

De tidiga bilderna av dinosaurier framställde dem inte sällan som krypande kräldjur, inte olika krokodiler⁶ eller ödlor. Den dominerande framställningen av tyrannosaurus rex från 1915 fram till 1970-talets början påminde mest av allt om en stridsvagn, upprät och med svansen släpande i marken. Den senare T-rex, som W.J.T. Mitchell i sin bok träffande kallar den "postmoderna t-rex", framställs tvärtom som snabb och smidig, med en nästan horisontell kroppshållning (Mitchell 1999:193). Mellan forskningsfronten, museerna, animatörerna och under-

hållningsindustrin förekommer många komplexa band, men också intressanta eftersläpningseffekter. Till exempel dröjde det enligt en anställd vid Berlins naturhistoriska museum 40 år från att man insåg att museets brachiosaurus brancai (som numera klassificerats om till girafatitan brancai) inte skulle ha kunnat hålla sin hals så utsträckt som den var monterad, tills man hade de ekonomiska resurserna för att göra någonting åt det. En annan tänkbar orsak till eftersläpningar är publikens förväntningar: i ett youtube-klipp ondgör youtubaren Steven Page över hur Jurassic Park-filmerna hamnat i en science fiction-genre där de försöker anpassa sig till de senaste forskningsrönen (<https://www.youtube.com/watch?v=cFNiS8-rUU0>, senast besökt 4 maj 2015). Han vill inte ha dinosaurier i fjädrar utan riktigt skräckinjagande dinosaurier (en effekt som han alltså menar att fjädrarna förtar). Men den då utlovade (och sommaren 2015 lanserade) fjärde filmen verkar lovande, menar han:

Since then, a fourth Jurassic Park has been on and off. Now, it's official. And so far, it seems promising. A new director who understands the franchise and has given us nothing but good news such as no feathers and possibly taking place on Isla Nublar.

Långt ifrån alla förhistoriska djur var förstås enorma. Tvärtom är sannolikt riktigt stora växtätande dinosaurier som brachiosaurus undantag. Men för de stora djuren var förstås de stora djuren inte stora. Det är med andra ord just i vår tid, från en människokroppens perspektiv, som dinosaurierna får sin storlek. Men storlek är också resultatet av en serie högst konkreta *sammansättningar* och *iscensättningar*: från pusslandet med fossiliserat ben, till de enorma metallställningar, skruvar och



Storlek är resultatet av en serie högst konkreta sammansättningar. Metallställningar för girafatitan brancai på Museum für Naturkunde, Berlin. Foto: Sverker Hyllén-Cavallius.

svetsfogar som fossilen monteras med, till de podier och inhängnader som skapar avstånd och ibland också höjer det ihopfogade djuret från golvet ytterligare. En viktig ambition är också att göra sammansättningarna *osynliga*: alla bultar och ställningar för fossil av utdöda djur tycks alltid vara monterade på baksidan av fossilen, dolda från betraktarens blick. För de enskilda fragmenten är detta en alltigenom ny situation: om de någonsin tidigare stått i samma förhållande till varandra så var det med hjälp av muskelvävnad, ligament och senor.

Ett skelett kan inte stå upp på egen hand, men det är just den iscensättningen

som kommit att dominera de naturhistoriska framställningarna. I museerna hamnar de dessutom i sällskap de aldrig tidigare befunnit sig i: stora djur ryms i samma stora salar som andra stora djur, vilket gör att djur som levtt åtskilda av miljontals år hamnar sida vid sida. Eller för att ta ett annat exempel: vid utställningen "Dinosaurier" på Universeum i Göteborg sommaren 2013⁷ upptas den stora öppna platsen framför museet av en stor växtätare, och högt uppe på takets kant syns en stor köttätare. Storleken har också så att säga "förberetts" i en reklamkampanj: "The Dinosaurs are back. Bigger than ever." Och på affischerna syns

foten av en obestämbad theropod, med polishelikoptrar i bakgrunden för att skapa lite stämning, och som att döma av den omgivande stadsmiljön i bilden torde vara uppåt femtio meter hög (med andra ord mångfaldigt högre än de största kända theropoderna). De stora utdöda djurens storlek – och spänningen kring dem – är med andra ord effekter av en mängd samverkande sammanfogningar och iscensättningar, där en viktig komponent är osynliggörandet av sammanfogandet.

Mot den bakgrunden är det inte heller så förvånande att vissa av de här sammanfogade djuren blir stora i en annan bemärkelse också – de erhåller stjärnstatus. Ofta är det just de stora djuren som blir stora i denna andra bemärkelse, och inte minst de stora och ”farliga” djuren (i det här sammanhanget de djur som äter andra djur). Det kan handla om tyrannosaurus rex – ”skräcködlornas kung” – eller plesiosaurus, om grottbjörnar eller sabeltandade katter. Storleken och farligheten kan sedan hanteras på många sätt, från överdrift till intimisering. I filmen ”Jurassic Park” skälver marken när t-rex rör sig, i filmen ”10 000 BC” har den sabeltandade katten⁸ blivit stor som en bil. I barnboken ”Tyra Tyrannosaurus rex” är det istället en funderande t-rex som försöker berätta för läsaren det hon vet om sin tid, och om hur svårt det är för människor idag att egentligen säga något om till exempel hennes färg. De här kändisarna får ofta sälja in utställningar och hela museer. Det naturhistoriska museet i Los Angeles (NHMLA) marknadsför sig med bilden av en t-rex skalle, och i systemmuseet The Page Museum som innehåller istidsfynd är det en sabeltandskattens skalle som får representera museet. Att dessa museer sedan innehåller allt från fåglar till möss, får man upptäcka när man väl är där.

T-rex och den sabeltandade katten är de söta medlemmarna i bandet, för att tala popspråk.

Om man betraktar dinosaurien framför Universeum på avstånd och från en viss vinkel, en bit uppåt Eklandagatan, så uppenbarar sig något intressant. Alldeles ovanför den tronar Lisebergshjulet uppe på en kulle, och i fonden reser sig det enorma hotellet Gothia Towers tre byggnader. Dinosaurierna, som både genom utdöende och storlek framstår som sällsamt malplacerade i vår tid, befinner sig i själva verket i sällskap av en mängd andra ”storheter” – byggnader och attraktioner som både är stora och bygger på perspektivering, möjligheten att se ner på gatulivet och ut över Göteborg. Storlek, oavsett om det handlar om Nordens största konferenshotell eller utdöda djur, är en effekt av sammanfogningar, förberedelser, jämförelser och perspektiv.⁹ I sin bok *On Longing* pekar Susan Stewart på några intressanta aspekter av det jättelika eller gigantiska (Stewart 1994). Hon menar att medan miniatyren är ett sätt att tämja, så är det jättelika bara möjligt att erfara i bitar, vi kan inte uppleva det som en helhet. När det jättelika sätts samman med egenskaper hos eller tillhör till mindre djur uppstår komik. Ett exempel hon använder är beskrivningen av odjuret Leviatan i Bibeln (Job 40:20–28).

20 Kan du dra upp Leviatan med krok, kan du lägga betsel i hans mun?

21 Trär du en vidja genom hans nos, sticker du en hake genom hans käft?

22 Tigger han dig om nåd, vädjar han till dig med mjuka ord?

23 Ingår han avtal med dig, tar du honom som slav för alltid?

24 Leker du med honom som med en fågel, får dina flickor ha honom i band?

25 Köpslår handlare om honom, delas han upp mellan krämare?

- 26 Kan du sätta en svärm av pilar i hans hud
och en harpun i hans huvud?
- 27 Anfall honom du – den kampen glömm
du aldrig, och du gör inte om det.
- 28 Där kan ingen hoppas på framgång, vid
blotta anblicken fällt man till marken.

Medan miniatyren är ändlig, intern, kulturlig och domesticerad, så är det gigantiska istället ogreppbart, bara möjligt att erfara i bitar, det är överdrivet naturligt och offentligt (Stewart 1993:70 ff). Att prata om koppel, fiskekrokar, förnuft och lek i samband med Leviatan är orimligt. För miniatyren – som i djurriket skulle kunna vara en accessoarhund eller en akvariefisk – hade det varit självklart, men för gigantiska djur blir effekten komisk. Storlek måste sättas samman och produceras, men i sin tur skapar storleken också vissa bestämda narrativa ramar och riktningar – alla slags berättelser är inte möjliga med utgångspunkt i de stora utdöda djuren.

DÖDEN, HISTORIEN OCH FRAMTIDEN

The Page museum i Los Angeles är byggt kring naturliga asfaltsgropar, the La Brea Tar pits. Naturligt förekommande asfalt, eller "tjära", som det kallas i folkmun ("brea" är det spanska ordet för denna asfalt), förekommer på några ställen i världen och består av uppträngande olja blandad med sand och rester av växter och djur. I den tjocka asfalten – som verkligen luktar vägbygge och då och då bubblar till av uppträngande gaser – har djur och någon enstaka människa fastnat under de senaste 40 000 åren. Fram till det senaste stora massutdöendet i Nordamerika för 11 000 år sedan så fastnade marklevande sengångare, mammutar och kameler i La Brea, tillsammans med deras samtida rov-

djur, men också till exempel skalbaggar, gnagare och fåglar. En har fastnat, lockat till sig andra, som lockat till sig andra. Tjärgroparnas ansamlingar av kvarlevor kan alltså fungera som en utmärkt bild av ett ekosystems alla nivåer. Museet ligger i Hancock Park, som rymmer flera större och mindre asfaltsgropar.

Vid ingången till parken möts besökaren av en iscensatt olycka i en bubblande konstgjord asfaltspöl med oljigt vatten på ytan: en mammut halvt nedsänkt i asfalten som med uppspärрад blick ser ut att vråla av dödsångest till en liten och en stor mammut (enligt konstnären Howard Ball tänkt som dess barn och partner) som står på "stranden" och tvingas se på.¹⁰ Också döden är något besökaren förbereds för redan innan hen kommit in i museet, och inte vilken död som helst utan en som också iscensätter smärtsam förlust. Inne i museet finns sedan döden och utdöendet med som en ständig följeslagare. Mest uppenbart förstås i att allt som visas är sammansättningar och iscensättningar av döda varelser – i den bemärkelsen är sådana här museer också mausoleer. Men också i att själva dödsögonblicket – den mekaniska iscensättningen av en sabeltandad katt som hugger sina tänder i en marksengångare eller illustrationerna av istida jaktscener – om och om igen visas upp och levandegörs för besökaren.

Den större döden – massutdöendet – är förstås också en stark tråd i framställningar av stora utdöda djur. Massdöden bidrar förstås till en mystik kring alla de djur som levat – och som det ofta framhålls, "härskat" – för genom den är de oåterkalleligt förlorade. Deras farlighet och skräckinjagande storlek blir då också ofarlig, och kan bara bli spännande igen i fiktionens värld genom till exempel gen-teknologi (som i filmen *Jurassic Park*) eller



Mammutfamiljens tragedi är det första som möter besökaren vid the Page Museum. Foto: Hjalmar Hyltén-Cavallius.

genom att spela på okända världar såsom havsdjupen (i framställningar av den utdöda monsterhajen *Megalodon*, t.ex. i filmen *Mega shark vs Giant Octopus* eller i låtsasdokumentären *Megalodon: the monster shark lives*) eller under jorden (till exempel i filmerna *Resan till jordens medelpunkt* och *Ice Age 3*). I berättelsen om just dinosaurierna finns en särskild dramatik med den idag bredast förankrade hypotesen, den om ett massivt meteoritnedslag.

Våren 2013, före upprustningen av Naturhistoriska riksmuseets fasta utställning om livets historia, så användes bildskärmar där besökaren bland annat kunde se animationer med betande dinosaurier som överraskades av ett starkt ljussken och sedan en mörknande himmel och askregn.

Utdöendet tangerar således andra starka bilder av utplåning, inte minst genom likheten med framställningar av kärnvapensprängningar. I slutändan av sådana här skildringar förekommer inte sällan de små musliknande däggdjur som blir början till människans egen berättelse. På NHMLA efterföljs fasta utställningen "The age of the dinosaurs" av "The age of mammals", i en välordnad och väl etablerad successionsberättelse där olika djurordningar efterträder varandra. Vilket i sin tur utgör en paradox eftersom fåglarna, enligt många av vår tids forskare inte är släkt med utan är dinosaurier, som alltså långt ifrån dog ut (se exempelvis Fastovsky & Weishampel 2009:213–217). Den här slitningen mellan å ena sidan en pedago-

gisk och narrativ konvention där utdöenden och succession utgör centralaxel, och å andra sidan en vetenskaplig diskussion som rymmer mer av motsägelser och ambivalens syns också i museernas gestaltning. Medan utställningssalarnas rubriker kan upprätthålla den linjära berättelsen om arter som tar vid "herraväldet" efter varandra, rymms på monternivå alla de komponenter som nyanserar och komplicerar den.

I vår tid blir berättelsen om utdöendet ett tacksamt pedagogiskt projekt: människans roll som motor i samtida utrotningar framhålls ofta. Förhistoriska utdöenden, och framför allt deras miljömässiga orsaker, har i vår tid alltmer blivit föremål för forskarnas intresse. I museet i La Brea sitter i en glasbur forskare och assistenter i vita labbrockor och arbetar inför publik med fynd från asfalten. Här putsar man på allt från mammutkranier till musben, frön och pollen. Medan asfalten till en början utforskades för att finna de stora, påtagliga djuren, så har intresset alltmer kommit att riktas mot vad de kallar "mikrofossil" – alltså frön, pollen och annat material som kanske bättre än de stora skeletten kan berätta om miljöförändringar. Och däri kan man säga att fossilen har genomgått två symboliska metamorfoser – från att vittna om storslagna förhistoriska utopier till att berätta om miljökatastrofer, och från de allra största till de mikroskopiska.

MÄNNISKAN OCH DJURET

Hey mighty Brontosaurus / don't you have a lesson for us?
 You thought your rule would always last / there were no lessons in your past
 You were built three stories high / they say you would not hurt a fly

If we explode the atom bomb / would they say that we were dumb?

We're walking in your footsteps...

(The Police: "Walking in your footsteps")

Vid sidan av många avbildningar av stora utdöda djur finns en lite mindre bild. På den syns en människa – och oftast, att döma av fysionomin, en man – placerad bredvid djuret. Det är människan, eller kanske mannen, som ska spegla sig i de utdöda djuren, jämföra och se hur litet eller stort djuret är. I en bild av paleontologen och konstnären Mark Witton visas en man bredvid en giraff och en quetzalcoatlus – för att visa hur stor den förhistoriska flygödlan var jämfört med ett annat stort djur i vår samtid – men oftast är det bara en människa med som jämförelse i sådana här bilder (<http://www.markwitton.com/#/palaeoart/4552742753>). Eftersom de här förhistoriska djuren bara föreställs av människor, bara kan existera (som något annat än fossila rester huller om buller) tack vara människors fantasier, kunskaper och konstnärliga kreativitet, så hamnar man ovillkorligen till slut i frågor om vad ett djur är i de här framställningarna, och vilken slags betraktare som de producerar. Vilken människa skapar de stora utdöda djuren? Två saker har redan nämnts: människan är en jämförelsevis liten kropp av en viss storlek och (oftast) ett visst kön.

Men man kan fortsätta här: vilket slags människa produceras, vilka positioner placeras betraktaren i? Ställd inför de stora utdöda djuren är människan fascination, ibland också skräck, men hela tiden en kännande varelse i relation till dessa sammanfogade kroppar. Det är nog ingen slump att dinosaurier har blivit ett så centralt inslag i den populärkultur som riktar sig till barn, för den människa som formas i relation till dinosaurien påminner starkt

om vuxnas idealiserade bild av barn – individer med blicken riktad uppåt mot större varelser, fyllda av frågor och kanske farhågor inför världen. I relation till de stora utdöda djuren är människan en varelse med tydligt hierarkiserade sinnen – i första hand en seende varelse, i andra hand lyssnande och först i tredje hand taktil. Människan befinner sig hela tiden pendlande mellan underhållning och inlärning – i ena stunden informerad om olika arters latinska namn och linneanska klassificering, i nästa stund chockad över en t-rex vrål. Människan har också en berättelse eller hellre ett facit, och därmed ett slags överläge mot dinosaurierna: människan vet (eller kan i alla fall ta reda på) hur de framställda djuren hänger samman med varandra, hur de levde och dog, och inte minst hur de hänger samman (eller inte hänger samman) med människan själv.

Om detta är människan, vad är då djuret? Som W.J.T. Mitchell konstaterar i sin bok om dinosaurier som kulturella ikoner så är dinosaurien en mer eller mindre direkt arvtogare till de förmoderna samhällssystemens drakar (Mitchell 1998:87ff). Som sådan blir dinosaurien förstas en projektyta för samtidens föreställningar. Från en skräckinjagande best till omsorgsfull förälder, från otymplig koloss till snabb, smidig och flexibel, från fjällig reptil till färggrant fjäderfå så speglar de stora utdöda djuren också sin samtid. Djuret är också, kanske tydligare än levande djur, en abstrakt kunskapsmassa. Redan i barnböcker om stora utdöda djur handlar det om mått, vikter, tidsperioder, linneanska klassificeringar och latinska namn. Så om dessa djur å ena sidan existerar som ett finslipat system av mått, vikter, beräkningar och klassificeringar, så är de å andra sidan tomma, eller

i alla fall halvtomma, tavlor möjliga att fylla med allt från de senaste forskningsrönen till fantasins gränser. I utrymmet mellan all data och fantasins gränser blir det möjligt att skapa sina egna föreställningar om djuren, och fylla ut kvarlevorna med muskler, hud, fjädrar och allt annat som skiljer liv från död. I det komplexa samspelet mellan fossil, forskning, fantasi och fiktion utgör de stora utdöda djuren därmed viktiga nycklar till förståelsen av hur människan kunskapar och drömmer sin mänsklighet i relation till andra varelser, ser sitt eget öde i tidigare arters öden, och skapar spänning i mötet mellan vetenskap och populärkultur.

NOTER

- ¹ Jag vill rikta ett stort tack till Etnologiska forskningsstiftelsen i Västsverige för finansieringen av fältarbetet i Berlin februari 2013 och till Göteborgs universitet donationsfonder för finansiering av fältarbetet i Los Angeles januari 2013.
- ² Och ett stort tack till Hjalmar och Tora Hyllén-Cavallius för deltagande i fältarbetena.
- ³ Michael Crichtons bok *Jurassic Park* (ursprungligen utgiven 1990), som filmtrilogin utgår ifrån, uttrycker dels en fascination och farhågor inför genteknologins möjligheter, men det centrala temat i berättelsen är den under det sena 1980-talet så populära kaosteorin (ofta, också i boken, formulerad i termer av Fjårilseffekten).
- ⁴ Det finns dock flera mer konkreta beröringspunkter mellan den sjuttioårsprogg som projektet Ekoaffekter handlat om och detta. Bland annat används termen "dinosaurierock" om en del av den formmässigt expansiva progressiva rocken från 1970-talet ("dinosaurie" används ofta nedsettande om olika fenomen som är överdimensionerade, utdaterade eller obsoleta).
- ⁵ I sin bok om nostalgins framtid diskuterar Svetlana Boym just dinosaurien som ett exempel på nostalgi (Boym 2001).
- ⁶ De tidigaste fynden av fisködesläktet ichtyosaurier kallades ibland just "krokodiler".
- ⁷ Utställningen var en uppdaterad version av en som stod på Universeum sommaren 2012.

- ⁸ Sabeltandad katt är en samlingsbenämning på olika utdöda kattdjur.
- ⁹ I en recension av W.J.T. Mitchells bok påpekar Wendy Doniger att dinosaurier, som i fiktion ofta framställs i närheten av skyskrapor och andra höga byggnader – som ett slags jämförelse – kan förstås som påminnelser om människans litenhet inför det storslagna (Doniger 1999, jfr Klinkmann 2006:41).
- ¹⁰ Enligt Ken Reichs artikel i Los Angeles Times, 19 januari 1967 (<http://framework.latimes.com/2012/09/17/mammoth-delivery-to-la-brea-tar-pits/>).

REFERENSER

- Boym, Svetlana, 2001. *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Cohen, Claudine, 2002 (1994). *The Fate of the Mammoth: Fossils, Myth and History*. Chicago & London: University of Chicago Press.
- Crichton, Michael, 2012 (1990). *Jurassic Park*. New York: Random House.
- Fastovsky, David E. & Weishampel David B., 2009. *Dinosaurs: A Concise Natural History*. Cambridge & New York: Cambridge University Press.
- Flinterud, Guro, 2013. *A Polyphonic Polar Bear: Animal and Celebrity in Twenty-First Century Popular Culture*. Oslo: Inst. for kulturstudier og orientalske språk. (Diss.)
- Hyltén-Cavallius, Sverker, 2014. *Retrologier: Musik, nätverk och tidrum*. Höör: Symposion.
- Klinkmann, Sven-Erik, 2006. *På drömmarnas marknad: Ikoner, fantasibilder och klichéer i populärkulturen*. Hedemora: Gidlunds.
- Latour, Bruno, 2005. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. Oxford/ New York: Oxford University Press.
- Law, John 2004. *Aircraft stories: Decentering the Object in Technoscience*. Durham: Duke University Press.
- Mitchell, W.J. T., 1998. *The last dinosaur book: The Life and Times of a Cultural Icon*. Chicago & London: University of Chicago Press.
- Rieppel, Lukas, 2012. "Bringing dinosaurs back to life: Exhibiting prehistory at the American Museum of Natural History", i *Isis*, vol. 103, nr 3 (2012), s. 460–490.
- Samuelsson, Anna, 2008. *I naturens teater: Kultur- och miljösociologiska analyser av naturhistoriska utställningar och filmer*. Uppsala: Uppsala universitet (diss.).
- Stewart, Susan, 1993. *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. Durham & London: Duke University Press.
- Thorsen, Liv Emma, 2012. "A supreme elephant: Movement, materiality and mentalities", i *Ethnologia Europaea* 2012:42:1:5–20.

ELEKTRONISKA KÄLLOR

- Bibeln.se (Job 40:20–28): <http://www.bibeln.se/las/2k/job#q=Job+40%3A20>, senast besökt 16 juni 2015.
- Doniger, Wendy 1999: "Mae West and the British Raj. Review of The Last Dinosaur Book: The Life and Times of a Cultural Icon by W.J.T. Mitchell. London Review of Books vol 21:4: 15–16. <http://www.lrb.co.uk/v21/n04/wendy-doniger/mae-west-and-the-british-raj>, senast besökt 8 september 2015.
- Los Angeles Times Photography: Mammoth Delivery to La Brea tar pits (<http://framework.latimes.com/2012/09/17/mammoth-delivery-to-la-brea-tar-pits/>), senast besökt 8 september 2015.
- Mark Witton Paleoart: <http://www.markwitton.com/#/paleoart/4552742753>, senast besökt 16 juni 2015.
- Nature Hates You: <http://www.youtube.com/watch?v=OMZNWxcBrp0>, senast besökt 16 juni 2015.
- Steven Page (Balena Productions): <https://www.youtube.com/watch?v=cFNiS8-rUU0>, senast besökt 4 maj 2015.

SUMMARY

Large? Extinct? Animals? Three Questions to Performances of Natural History (Stora? Utdöda? Djur? Tre frågor till naturhistoriska gestaltningar)

Departing from observations from the Jurassic Park roller-coaster ride at Universal Studios, Los Angeles, this article poses three questions to popular cultural performances of natural history: how is size assembled and produced, what role does

death and extinction play, and what kinds of animal/human positions do the performances generate? Based on a diverse material of pilot studies for the project Post-animals at natural history museums and theme parks, popular film, youtube reviews and literature, the article sees the collaborations and dissonances between different agents and technologies involved as an ongoing production. Size is the result of an intricate interplay between interpretations and perspectives, and the mounting, staging and framing of remains. Death and mass extinction organize post-animals, from geological narrative to individualized and dramatized death, creating both classificatory order and suspense. The human is central to the perform-

ances – as a point of reference and presupposed spectator of a specific shape, size and often gender. To conclude, the article claims that post-animals – emerging at the intersection of popular culture and science – constitute important keys to an understanding of how humanity is imagined in relation to other species.

Keywords: natural history, popular culture, size, extinction, human/animal.

Sverker Hyltén-Cavallius is an Associate Professor of Ethnology at Stockholm University, Stockholm, and Research Archivist at the Swedish Centre for Folk Music and Jazz Research, Stockholm, Sweden.

Två vandringar och en utställning

Om trovärdiga skildringar av David Bowie i Berlin

LARS KAIJSER, docent i etnologi, lektor i etnologi vid institutionen för etnologi, religionshistoria och genusvetenskap, Stockholms universitet. Han har bland annat studerat historiseringar av populärmusik. Arbetar nu med ett projekt om iscensättningar av natur och miljö på offentliga akvarier.



David Bowie räknas till en av pop- och rockmusikens förgrundsfigurer. Under sjuttio-talet ändrade han stil och musikalisk inriktning i snabb takt. Ziggy Stardust och The Thin White Duke är två av hans mer kända karaktärer. På svenska *Wikipedia* beskrivs han som en av de största rockikonerna¹.

Efter en världsturné 1976 lämnade Bowie Amerika för Västberlin där han tillsammans med brittiske multiinstrumentalisten Brian Eno skapade en albumtrilogi som tillhör den elektroniska populärmusikens mest inflytelserika verk. Under vistelsen i Berlin producerade Bowie också Iggy Pops hyllade comebackalbum *The Idiot* och *Lust for Life*.

Den korta texten summerar ett skede i Bowies karriär, nämligen den period – cirka ett och ett halvt år – när han vistades i Berlin. Berlinvistelsen har skildrats som ett återhämtande, efter en på många sätt ohälsosam period i Los Angeles. Det var en kreativ tid, en liminal fas mellan hans tidiga och musikaliskt ofta omvälvande sjuttio-tal och senare period som folkkär arenaartist. Under åren i Berlin spelade Bowie också in och gav ut några av sina mest hyllade skivor. Om Berlinåren har det skrivits böcker, producerats utställningar och arrangerats guidade vandringar. Dessa ofta – men inte alltid – lokala initiativ fungerar som arenor där olika sätt att uppfatta populärmusikens förr formulerats och förhandlats (Kaijser 2013). Här stöts och blöts lokala erfarenheter och upplevelser mot mer globalt spridda berättelser.

Ett återkommande drag i de många olika skildringarna av populärmusikens förr är viljan att skapa ett förtroende eller en trovärdighet för de enskilda framställningarna (jfr Kaijser 2013). Hur det går till varierar. I

den här artikeln undersöks tre eller möjligtvis fyra skildringar av David Bowies tid i Berlin. I fokus står två vandringar och en större utställning.² Den första vandringen gick till Hansa-Ton Studio, den andra till platser i Berlin. Avslutningsvis fokuseras utställningen *David Bowie is*, en turnerande utställning producerad av Victoria & Albert i London som visats på Martin-Gropius-Bau i Berlin.

Målet är att visa hur förtroende och trovärdighet byggs i dessa olika skildringar. Det var ofta samma bilder och berättelser som återkom. Vad betyder sammanhanget för presentationen? Vad väcker intresse och lyfts fram? Kort och gott: på vilka grunder blir de olika framställningarna trovärdiga?

För att kunna analysera och tolka de olika skildringarna används en modell som tar hänsyn till de olika element som ingår i presentationerna (se Hyltén-Cavallius & Kaijser 2012, samt en text under utgivning). Dessa element – eller *fragment* – kan vara grundläggande fakta och händelser, men också berättelser, föremål, sånger, klanger och textrader (jfr Kaijser 2013). Spåren av Bowies kreativa liv fin som bilder, musik, souvenirer och berättelser i media, på arkiv och personliga minnen. Fragmenten är inte låsta till specifika skildringar, utan kan återkomma och användas i olika sammanhang. Bilderna på Bowie i Berlin ingår i Bowies biografi likaväl som i berättelsen om Berlins kreativa sjuttiotal. Trovärdighet kan här handla om hur dessa fragment fogas samman, hur de väljs ut och vad som uppfattas som väsentligt och korrekt. De olika fragmenten ska inte förstås som solitärer. De hålls ihop i *affektiva allianser* (jfr Grossberg 1997). Med det menas det känslomässiga register som identifierar och för samman vissa människor, intres-

sen och kulturella fenomen. De sammanförda fragmenten bildar mer eller mindre tydliga sammanhängande tankar och idéer om förr. De konstituerar retrologier (se Hyltén-Cavallius 2014). Det kan handla om de sätt som guiderna berättar om hur det kom sig att David Bowie bosatte sig i Berlin likväl som hur samma period skildras i en utställning.

Målet är att visa hur viljan att ge en trovärdig presentation av en mytisk figur som David Bowie hör samman med de fragment som vävs in i framställningarna och representation av populärmusik som ett affektivt arbete.

I HANSASTUDION

Turen till Hansastudion arrangerades av Music Tours Berlin. På internet marknadsfördes den som ”*Exclusive visits inside Germany’s most famous recording studios – legendary HANSA STUDIOS*”.³ Vandringen började på gatan. Vi hälsades välkomna av vår guide, som också drev Music Tours Berlin. Han började med att presentera oss för Eduard Meyer (Edu) som var inspelningstekniker på Hansa studios under sjuttio- och åttiotalet. Han hade arbetat med David Bowie på albumet *Low* och med Iggy Pops *The Idiot* och *Lust for Life*, som Bowie producerade. Han var också inspelningstekniker när Bowie återkom till Hansastudion i början av åttiotalet för att spela in en EP med material från Brechts *Baal*.

Vandringen började alltså på gatan. Den fyra timmar långa promenaden genom Hansastudion rörde sig sedan sakta genom fastigheten. Den slutade i ett mixerrum som används idag. Längs med vägen stannade vi vid framför fotografier av de artister som använt faciliteterna. Edu



Bild 1. Hansastudion under sjuttioalet. I förgrunden, Eduard Meyers band. Foto: Lars Kaijser.

pekade ut dem han jobbat med och några till. Einsturzende Neubauten, Nick Cave & the Bad Seeds, Boney M, Nena, David Byrne and Depeche Mode och Zara Leander var kända namn. Vi passerade också den stora sal, Meistersaal, som användes som studio under sjuttioalet. Det var där Bowie spelade in sina album. Vi stannade till i det rum som var mixerrum under samma period. Där fanns bland annat det fönster från vilket Bowie såg producenten Tony Visconti och körsångerskan Antonia Maaß kyssa varandra framför Berlinmuren. Händelsen inspirerade enligt berättelsen Bowie att skriva texten till *Heroes*, en av hans mer kända låtar. Längs med vägen kom berättelserna att ändra karaktär.

Turen gick vidare till den en våning där studion låg under sjuttioalet. Den var då inredd i en mötessal, Meistersaal, som var

en stor sal med träpaneler och sex meter till tak. Akustiken, eller mer precist ekot i Meistersaal lyftes fram som en av de viktigare drivkrafterna i berättelsen om studios framgång. Edu klappade händerna, spelade horn och talade om den speciella atmosfären. Ekot, som knöt samman nuet och historien. Det var samma eko då, som idag, och som kan höras genom alla inspelningar från Hansa-Ton Studio. Förr fanns det i den stora sal där artisterna spelade in, idag fanns det som en ljudeffekt i den moderna studion. Guidningen avslutades ytterligare ett par våningar upp i mixerrummet till den nuvarande studion, som färdigställdes under åttiotalet. Vandringen tog fyra timmar, Från gaturummets mer offentliga Berlinhistorik till studios stängda utrymme där vi lyssnade på musik och fick ta del av mer avslöjande detaljer om vad olika artister gjort och

sagt i studion. Guiden hade med sig en uppsättning bilder som visade de artister, stads- och studiomiljöer som avhandlades.

Guiden och Edu kompletterade varandra under vandringen. Edu sa och berättade vad som föll honom in längs med vägen. Ett foto, ett rum, utsikten från ett fönster kunde inspirera till kommentarer och berättelser om Bowie, Iggy Pop eller någon annan artist som han jobbat med. Berättelserna var vardagliga och ofta lite apropå. Det fanns – efter vad jag kunde uppfatta – inget tydligt manus. Edu hade med sig en pärm där han sorterat in sådant som kunde knytas till Bowie. Där fanns fotografier, konsertprogram och en inbjudan till Bowieutställningen. Han

hade också med sin gästbok som Bowie och Iggy Pop signerat när de en gång på väg hem efter en festnatt beslutat sig för att hälsa på hemma hos Edu. Guiden hade en tydligare idé om vad han ville berätta. Berättelserna knöts till de fotografier som han hade med sig. Guiden anpassade sig dock kontinuerligt till Edus hågkomster och kommentarer.

Minnen och fakta vävdes in i varandra under vandringen. Edu berättade sina minnen medan guiden placerade dem i en historisk kontext. Han identifierade plats, tidpunkter och annat som kastade ljus över berättelserna. Tidigt i visningen höll guiden upp en bild på David Bowie och Eduard Meyer. Bilden fick Edu att berätta om när David Bowies band kom till



Bild 2. I studion. Guiden visar upp bilder från Bowies vistelse i studion. De tre bilderna visar motsols. Fönstret med utsikt mot Berlinmuren och inspirationen till Heroes. David Bowie, Tony Visconti och Eduard Meyer i en soffa 1976. Colin Thurston, David Bowie och Brian Eno i studion. Foto: Lars Kaijser.

studion för att göra en inspelning. Bandet var i Berlin för en konsert, men behövde av arbetsrättsliga skäl hålla några av turnéarbetarna sysselsatta (varför framgick inte riktigt tydligt). Eduard satte upp inspelningsutrustningen som Bowie önskade. De spelade in en låt, som redan var utgiven. Bowie var i studion men brydde sig inte om att lägga på sången. Edu återgav Bowies ord "It's a fake!". Han avrundade sin berättelse med att säga att eftersom ingen var intresserad av inspelningen tog han med sig den hem. Guiden sköt kontinuerligt in små specificeringar. Han sa sådant som "det var tidigt i juni", "det var under The Glass-spider tour", "Carlos Alomar kom" och "det var en facklig lag, som kanske inte gäller längre", "de spelade in *Time will Crawl*, vilken var på albumet *Never let me down* från 1987". Han avslutade sitt sufflerande med att kommentera inspelningen som Edu tog hem: "Det är en raritet!".

Inspelningsteknik och detaljer från studioarbetet var viktiga under turen. Edu pratade om mixerbord, om det var 16 eller 32 spår. Hans berättelser underhölls genom de medföljande personernas frågor om vilken typ av eko som användes eller vad det var för förstärkare som syntes i en bild. Fotografierna var viktiga. De illustrerade berättelser och skeenden. De avbildade och illustrerade de fragment som var viktiga i framställningen: Personer, kläder, hus, mixerbord, högtalare eller utsikten från ett fönster. visade vart mixerbord stött, var borden var och var det funnits väggar. Han pekade också ut var soffan stod när han fotograferades tillsammans med David Bowie och Tony Visconti. En bild vi fick se flera gånger under vandringen genom lokalerna. Vi fick också höra om Berlin och dess förvandlingar. Det sena sjuttioalet kontras-

terades mot dagens Berlin. Uppdelningen i ett öst och ett väst var en förstälseram för den stämning och de villkor som omgärdades Bowies vardag såväl som kreativa verksamhet.

Vandringen avslutades alltså i ett mixerrum. Edu satt vid mixerbordet. Framför sig hade han lagt ut några av de skivor där han varit tekniker. Där låg en tysk och en amerikansk pressning av Low, ett album av Can och ett med Tangerine Dream. Vi lyssnade på fyra ljudexempel. Först inspelningen av *Time will crawl* från 1987, den som Edu hade tagit med sig hem. Bowies röst fick vi höra när vi lyssnade till en snutt från *Baal*. Därefter U2s *One*. Edu förklarade hur det speciella ekot bäddade in rösterna. Det var så pass karaktäristiskt att det var möjligt att identifiera studion just genom detta eko. Avslutningsvis lyssnade vi till Iggy Pops *The Passenger*. Edu berättade hur det gick till när Iggy Pop gjorde sitt sångpålägg, att det spelades in genom gitarrförstärkaren. Något som de flesta på rundturen uppfattade som lustigt. Det var också här vi fick se och bläddra i Edus pärm med Bowieminnen, *the Bowie bible*, som han kallade den. Vi kunde läsa det brev med svar som Edu hade skickat när Bowie fyllde sextio. Här fanns Edus noter till *Art Decade*, en sång på *Low* där Edu medverkade som musiker. Vi fick också bläddra i Edus gästbok från 1977 och hålla i vad som beskrevs som originalbilden på Bowie, Visconti och Edu soffan.

Vandringen genom Hansastudion byggde på ett gemensamt intresse i och för pop och rockmusik, främst från sjuttio- och åttiotal. Det är en social inramning som av sociologen Motti Regev beskrivits som det pop/rockkosmopolitiska sammanhanget (2013). Den kan också beskrivas som en affektiv allians, där alla

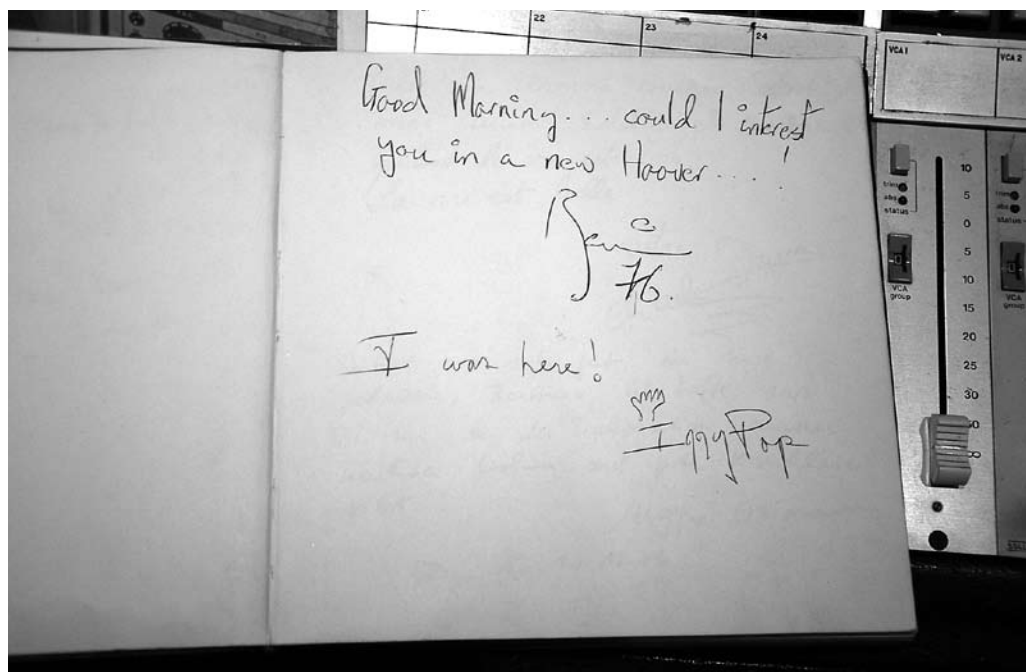


Bild 3. Eduard Meyers gästbok. Foto: Lars Kaijser.

som deltog under rundturen var delaktiga. Det fanns ett engagemang och igenkännande i de ofta angoamerikanska artister som nämndes. Det fanns en självklarhet i referenser och hänvisningar. Denna bild förstärks genom beskrivningen av sextio- och tidigt sjuttioital när Hansastudion främst var känd för tysk schlager. Här var beskrivningarna mer utförliga, artisterna avfärdades som ointressanta och vi förväntades inte känna till dem.

Framställningen av Bowies tid i Berlin jämfördes kontinuerligt med andra skildringar av samma epok. Det framhölls att Wikipedia satt fel årtal på bilden av Bowie och Edu (1977 istället för 1987). Utställningen David Bowie is ifrågasattes också vid ett antal tillfällen. I utställningarna visades en uppsättning nycklar som Bowie ska ha haft i Berlin. "Om det nu är dom", som någon sa. Här utmanades utställningens trovärdighet, vilket bekräftades

med skratt och leenden från gruppen som lyssnade. De affektiva allianserna får näring och bekräftelse genom skratt, nickningar, igenkännande blickar och hummanden. Det skedde i kommentaren om nycklarna och det hände kontinuerligt under vandringen i övrigt.

Edu och guiden gav prov på två olika sätt att skapa trovärdighet. Edu var ögonvittnet. En förstahandskälla som suttit med i studion och sett vad som hänt. Den personliga relationen tillskrivs en trovärdighet. Att manifesteras en personlig relation är ett återkommande drag i guidade som handlar om populärmusikens ikoner (jfr Kaijser 2013). Denna trovärdighet fördjupades i Hansastudion genom de fotografier och mejlväxlingar som visades. Det var bilder på Edu och David Bowie tillsammans tagna 1976 och 1987. Det fanns en signerad gästbok och ett tackmejl från Bowie när Edu gratulerat honom på

sextioårsdagen. Guiden fick sin auktoritet utifrån sin historiska kunskap och förmågan att kunna foga in Edus berättelser i en större ram. Han knöt samman lösa trådar och höll ordning på kronologin.

BERLIN BOWIE WALK

Det fanns paralleller mellan vandringen genom studiobyggnaden och turen till Bowies Berlin, men också tydliga skillnader. De var samma företag, Music Tours Berlin, som ordnade de bägge vandringarna. Bägge hölls på engelska, men guiden var en annan. Stadsvandringen utgick från Martin-Grobis-Bau, det museum som också visade David Bowie is. Vandringen organiserades som en fotpromenad med fem stopp och en kort tunnelbaneres. Det första stoppet behandlade Berlinmuren och den delade staden. De fyra påföljande platserna handlade i mångt och mycket om Berlin, men knöts mer konkret till Bowie. Det var den plats som inspirerade Bowie till låten *Heroes*, från skivan med samma namn (1977). Alltså den punkt som vi såg från studiofönstret. The Heroes spot, som guiden kallade den. Därefter stannade vi utanför Hansabyggnaden och på Potsdamer Platz. Turen avslutades med en tunnelbaneres till Schöneberg och Hauptstrasse där Bowie bodde under Berlinären. En viktig referens under promenaden var videon till Bowies låt *Where are we now?* från 2013. I den visas bilder från Berlin, bland annat gatan utanför Hansa studion. Texten knöt an till Bowies tid i Berlin, men mer om det nedan.

Under vandringen bar guiden med sig ett urval av de bilder som visats på Hansastudion. Det var de generiska bilderna på ett slitet Berlin. Det var också bilderna på

Bowie tillsammans med Eduard Meyer och Tony Visconti. Guiden refererade ofta till de saker som Eduard Meyer berättat. Han var inte lika detaljerad, men lyfte fram ekots betydelse för musiken. Guiden förhöll sig också till tidigare beskrivningar av Bowie och Berlin. Han ägnade tid åt att problematisera idén om Bowies Berlintrilogi och huruvida en sådan fanns. *Low* var främst inspelade i Frankrike. *Heroes* var den rena Berlinskivan, medan *Lodger* inspirerats av Berlin, men spelades in på andra platser.

Vandringen var tydligt uppbyggd kring turens olika stopp. Bowie var uppenbart ett självklart ämne, men lika viktigt var Berlin. Både som historisk plats och som en god kraft i Bowies liv. Guiden berättade hur Bowie kom till Berlin som drogmissbrukare, fattig och förvirrad. Här fick han vänner och inspiration från tysk musik. Miljön möjliggjorde en kreativ höjdpunkt. En viktig referens här var alltså Bowies *Where are we now?* Texten inleds med orden "Had to get the train, from Potsdamer platz". Den pekade på vikten av vardag för Bowie i det livsskedet. Hur han i sina vardagsrutiner hittade sig själv. Att Bowie nämnde Potsdamer plats bekräftade Berlins betydelse i Bowies liv. Staden var viktigt för Bowie, men Bowie var också viktigt för Berlin. Sången knöt dem närmre varandra och många Berlinbor fick en tår i ögonvrån när de hörde den.

När vi stannade på Potsdamer platz berättade guiden om hur det gick till när muren föll. Det var en lång och omständlig berättelse där olika turer och inblandade personer beskrevs utförligt. Bowie sjunger i *Where are we know?* "Twenty thousand people/Cross Bösebrücke/Fingers are crossed/Just in case." Här beskrivs den plats där de som levde i Östberlin

först fick möjlighet att fritt vandra över till väst. Det var vändpunkten och Bowie kunde identifiera den känslan.

Guidens lyfte under rundturen kontinuerligt fram att han arbetat som guide under mer än tio år. Viktigt var också hans detaljerade kunskaper om Bowie. Guiden hänvisade till Eduard Meyer som han beskrev som sin huvudkälla; ”om ni undrar hur jag kan veta vissa saker, om det låter otroligt, då kommer informationen från Edu”. Det var i mångt och mycket samma fragment som byggde upp berättelserna om Bowie under de bägge rundturerna. Men de sammanfogades efter skilda principer och formade olika relationer till Bowie. Om bilderna i Hansastudions användes för att visa hur det såg ut förr, blev de under stadsvandringen en möjlighet att dramatisera händelser och skeenden. Båda vandringarna var pop/

rockkosmopolitiskt förankrade. Men när Hansaturen innehöll djupdykningar i inspelningsteknik var stadsvandringen mer av en stadsvandring till Berlin anpassats för ett Bowiefan.

När vi stannade utanför Bowies gamla lägenhet på Hauptstrasse 155 berättade guiden om grannskapet. När dörren till fastigheten öppnades sprang han fram och tog tag i dörren innan den stängdes. Till sammans fick vi sedan smyga in genom porten, tassa upp till det våningsplan där lägenheten åt och titta på Bowies lägenhetsdörr. Guiden förmanade oss att vara tysta. Sedan fick vi smyga ut igen. Vi fortsatte sedan in på bakgården och guiden pekade ut ett par soptunnor. Han sa att det med största säkerhet var desamma som Bowie slängt sitt skräp i. Elisabeth Guffey har påpekat att retrostilar ofta kan karaktäriseras som eklektiska och anakro-



Bild 4. En soptunna. Foto: Lars Kaijser.

nistiska collage där ironi och lekfullhet ibland är viktigare än akribi och sammanhang (Guffey 2006). Detsamma kan sägas om rundturerna. Avslutningen summerade guidens framställning ganska bra. Här fanns en lätt gränslöshet och viljan att visa vad som fanns bakom Bowies fasad. Turen var anpassad till fans som ville komma Bowie lite närmre.

DAVID BOWIE IS

Utställningen *David Bowie is* var en turnerande utställning som utformats av Victoria and Albert Museum (V&A) i London. Den syftade, enligt Geoffrey Marsch som var ansvarig, till att komma ”inside of David Bowie’s mind”. Den förhöll sig till den klassiska rockbiografins betoning på den autentiska artisten. Bowie föddes som David Jones. Men han under sin karriär antagit ett antal personas. Det var dessa som var intressanta, inte privatpersonen Jones. Här skiljde sig utställningen från vandringarna som mer strävade efter det äkta och oförställda, det som fanns bakom maskerna.

Musiken hade en viktig plats, men greppet var bredare än så. Den musikkosmopolitiska samhörigheten gällde också i utställningen, men som en bland flera kontexter. Artisten Bowie skildrades och konst, film och teater var lika viktigt. I viss mån gavs Bowie en mer finkulturell inramning. Victoria & Albert är ett designmuseum. Prioritering på design och form var tydligt där skivomslag, dräkter och scenuppsättningar visades upp. Utställningen var gjord i samarbete med Bowies personliga arkiv, The David Bowie Archive, med närmast fri tillgång till fotografier, dräkter, utkast till texter och privata brev. Särskilt vaskades inspira-

tionskällor och alternativa resultat fram, alltså sådant som kunde ge insikter i Bowies kreativa processer. Victoria & Albert har producerat en film om utställningen. I den säger Geoffrey Marsh:

In 1976 to escaped the pressures of music business, drugs and the media celebrity circus of Los Angeles Bowie left America and moved to West Berlin, then still in the front line of the cold war. A divided city marooned in communist Germany. It gave him a space to clean up, to find new energy and to develop new musical ideas. And also a place to explore an older more grittier multilayered culture amongst the weeds and ruins, wrecked cabarets, expressionism, sausages’ and beer all in the shadow of the Berlin wall. It was 14 month of intensive music making with Tony Visconti, Brian Eno and Iggy Pop which gave birth to a trilogy of ground breaking albums Low, Heroes and Lodger. The Berlin period was such an extraordinary experimental and productive period for David that we decided to create a special area in the museum to create the spirit of Bowies Berlin.

Utställningen i Berlin skiljde sig från de andra platser där den visats då den tillfogats en förlängd Berlindel. Berlinskildringen sönderföll därför i två avdelningar. De låg intill varandra med var olika i färg, form och ton. Den ena skapad av Victoria & Albert, den andra av en lokal utställningsproducent. Den förstnämnda följde samma estetik som resten av utställningen med en kollageartad iscensättning av kläder, videofilmer och föremål. Berlin skildrades som en smältdegel. Den lyfte hur staden inspirerade Bowie. Det gav en förståelse för Bowies kreativa process. Variationer och förkastade idéer visades. Om vandringarna försökte berätta hur det var, öppnade utställningen för en alternativ historieskrivning. Det kunde sett annorlunda ut.

Den lokalt producerade utställningen skiljde sig i stil och temperament. Här var

privatpersonen Bowie i fokus. Mer David Jones än David Bowie så att säga. Utställningen var arrangerad i en korridor. Den dominerades av en stor vägg med bilder organiserade lite som en anslagstavla. Här fanns fotografier av sådant som var viktigt för Bowie. Flera av de bilder som visats under vandringarna återkom, som bilden på Bowie, Visconti och Eduard Meyer, bilderna på studiobyggnaden och Berlin under det sena sjuttioalet. Här fanns också fler privata bilder från hemmet på Hauptstrasse och från kafébesök. Här visades också Bowies egna målningar och en meny för nyårsafton 1977 som han tecknat. När jag talade med curatören berättade hon att de i viss mån undvikit bildtexter. Hon hänvisade till Hansastudion, de guidade turerna och berättelser som spreds på internet. Det räckte med sådant. Hon ville tona ned myterna.

Tillgången till Bowies privata arkiv möjliggjorde en närmast obegränsad uppvisning av de materiella spår som han lämnat efter sig: ett klottrat cigarettpaket, en gammal leksak, instrument, kläder och som tidigare nämnts nyckeln till lägenheten på Hauptstrasse. Här fanns som nämnts många bilder och skivomslag. På de många videoskärmar som fanns i utställningen visades konserter, intervjuer och musikvideor. Om Edu under vandringen genom Hansastudion berättade om hur Eno och Bowie jobbade, så stod Enos synt på Marin-Grobuis-Bau. Här fanns också Bowies handskrivna text till *Heroes*. Det skapar trovärdighet.

Om guidningarna skedde i grupp, med möjligheter till korta samtal och att lyssna tillsammans var utställningen en mer individuell upplevelse. Besökarna fick hörlurar i entrén och en apparat som läser av när och var musik eller andra inspelningar ska spelas upp. Här formas en individuell



Bild 5. Nyckeln till Bowies lägenhet. © The David Bowie Archive.

relation till Bowie. Visst pratas det under vandringen runt i museet, men det var ofta tyst och lite respektfullt. De affektiva allianserna var inte lika tydliga som under vandringarna. Det finns naturligtvis ett engagemang i Bowie, men mer förnadsfullt. Den i brist på bättre ord finkulturella inramningen stod i kontrast till de guidade rundturerna. Om Bowie togs ned på jorden under rundturen gav utställningen honom en upphöjd ställning. Under vandringarna påvisades personliga relationer till Bowie: direkt av Edu och indirekt av guiderna genom Edu. På museet var relationen mer taget för given. Här var det snarast så att man sökte distansera sig från artisten. Geoffrey Marsh bedyrade att han inte haft någon kontakt med honom och Bowie hade inte påverkat utformningen. Det är här möjligt att inflika att utställningens öppnande i London 2013 var mycket lämpligt för Bowie. Det sammanföll med att han återigen efter tio års tystnad började ge ut musik. Enligt Marsh var detta en tillfällighet, eller åtminstone inget som utställningsproducenterna kände till.

I vilket fall, närheten till Bowie gav tyngd åt utställningen. Viktigt för trovär-

digheten var också den professionella inramningen. Här fanns den museala praxisen med kontinuerliga källhänvisningar. Fotografier är daterade, med uppgifter om vad som visas, fotografen är om möjligt angiven och det är också vem som äger bilden. Liknande uppgifter finns också i anslutning till videor och föremål. Här fanns en trovärdighet i den estetiska utformningen med smakfullt arrangerade och ljussatta föremål. V&R är i sig en garant för kvalitet och professionalitet. De designers som knutits till produktionen har alla ett gott renommé. Här hjälper höga besökssiffror och goda recensioner till. Det gör också intresset från mer offentliga personer och på utställningens hemsida listas namnkunniga besökare som Debbie Harry, Vivianne Westwood, Robert Redford, Anna Wintour och Kate Moss.

AVSLUTNING

De tre skildringarna bjöd på olika uppvisningar av trovärdighet. Det fanns en parallell i upplägget. De rörde sig från det mer offentliga mot det mer privata och vad som kanske skulle kunna uppfattas som autentiska skildringar, åtminstone om autentisk förstås som nära eller intim. I studion innebar det mixerrummet med en signerad Gästbok och berättelser om artister som misskött sig. Under stadsvandringen slutade det med att smygitta på Bowies gamla dörr och soptunnorna på innergården. På utställningen innebar den tyska delen i Berlinskildringen ett besök hemma hos David Jones, åtminstone i bild.

De bilder som illustrerar den här artikeln återkom i samtliga skildringar. De har bidragit till kunskapen om Bowie. De

har ordnats samman med andra fragment och ingår i olika retrologier eller sätt att förstå förr. Här fanns ett gemensamt drag, nämligen viljan att undergräva andra och ibland varandras skildringar. Trovärdighet har till viss del handlat om hur relationen mellan närhet och distans hanterats. Här fanns skillnader. Edu som följeslagare förkroppsligade länken till Bowie. Med honom blev besöket ett back-stage pass till Bowies värld. Guiden pusslade in minnen och berättelser i det större Bowie-pussel som de som följde turen kunde tänkas vara bekanta med. Under stadsvandringen iscensattes fanets förhållningssätt när vi smög runt och betraktade spåren av Bowie. Den stod i kontrast till museets värnadsfulla betraktande. Samtidigt uppvisade alla tre skildringar sin professionalitet. Guiden i studion hade förmågan att lägga berättelserna till rätta, under stadsvandringen visade guiden på sin kunskap om Berlin och i utställningen var estetik och akribi viktigt.

NOTER

¹ https://sv.wikipedia.org/wiki/David_Bowie.

² Följande artikel bygger på att jag följt i de två guidade vandringarna och besök på utställningen på Martin Gropius-Bau, 2 juli 2014, samt ytterligare ett besök på museet 20 augusti 2014. Jag har detaljerade anteckningar och fotografier från de två guidade turerna. Det var inte tillåtet att fotografera på museet, men många av bilderna finns på internet. Fältarbetet i Berlin har därför kompletterats med materialinsamling från nätet. Jag har också intervjuat Geoffrey Marsh projektansvarig för David Bowie is på V&A I London och Christine Heidemann utställningsansvarig för Berlin-delen på Martin-Gropius-Bau, Berlin (20 augusti 2014), respektive London (4 september 2014). Därtill har jag besökt utställningen när det visats i London och Paris.

³ <http://www.musicstours-berlin.com/hansa-studio-tour>.

REFERENSER

- Grossberg, Lawrence, 1997. *Dancing in Spite of Myself: Essays on Popular Culture*. Durham and London: Duke University Press.
- Guffey, Elisabeth E., 2006. *Retro: The Culture of Revival*. London: Reaktion.
- Hyltén-Cavallius Sverker, 2014. *Retrologier: Musik, nätverk och tidrum*. Höör: Symposion.
- Hyltén-Cavallius, Sverker & Kaijser, Lars, 2012. "Affective ordering: On the organization of retrologies in music networks", i *Ethnologia Scandinavica* 2012: 64–85.
- Hyltén-Cavallius, Sverker & Kaijser, Lars, (under utgivning). "Swedish prog rock and the search for a timeless Utopia", i *The Oxford Handbook of Popular Music in the Nordic Countries*. Oxford University Press.
- Kaijser, Lars, 2013. "Beatlesfragment i rörelse: En guidad bussturs narrativa ordnande av tid och rum", i Gustafsson Reinius, Lotten; Habel, Ylva & Jülich, Solveig, *Bussen är budskapet: Perspektiv på mobilitet, materialitet och modernitet*. Stockholm: Kungliga biblioteket. Mediehistoriskt arkiv 23.
- Regev, Motti, 2013. *Pop-rock Music. Aesthetic Cosmopolitanism in Late Modernity*. Oxford: Polity Press.

SUMMARY

*Two Tours and an Exhibition
On Credibility in Depictions of David Bowie
in Berlin*

*(Två vandringar och en utställning
Om trovärdiga skildringar av David Bowie i Berlin)*

This article discusses how credibility is manifested through three representations of David Bowie's

time in Berlin during the late seventies. These representations are two guided tours and one exhibition. The first tour visited Hansa-Studio where Bowie recorded and produced some of his most famous records. The second was a walking tour to Bowies Berlin. To this is added a touring exhibition, David Bowie is, curated by Victoria and Albert in London and shown in Berlin during 2014. The analytic starting-point for the interpretations of the representations is a model consisting of three concepts; fragments, affective alliances and retrologies.

The article shows how the three settings nurture different kinds of credibility. The visit to the Hansa studio weighs heavily on a technician who accomplished the tour. He had worked with David Bowie in the studio during the seventies and shared his memories and recollections from the time. The walking tour was more of a general tourist tour, catering for the Bowie fan. It showed places important in Bowie's career emphasizing the relation between Bowie and Berlin. Here credibility lies in the guide's expertise on the city and his detailed knowledge on Bowie. The exhibition was made in relation to The David Bowie Archive. This was a starting point for credibility, underlined by the museums aesthetic praxis's. The different way that credibility was performed could be summed up as differences in relating to David Bowie. The two tried in different ways to mark their relations to Bowie, while the exhibition tried to distance themselves from the artist.

Key words: David Bowie, guided tours, representations of popular music history, credibility.

Lars Kaijser, Associate Professor in Ethnology, Lecturer at Department for Ethnology, History of Religion and Gender Studies, Stockholm University, Stockholm, Sweden.

Antecknat

Vinylen i Berlin: en plats, en genre, en tidsera

AV SVEN-ERIK KLINKMANN

En bok som bär titeln *Vinyl: The Analogue Record in the Digital Age*, hur ska man egentligen förstå dess upplägg, tänka sig in i hur den vill utveckla sitt tema som kan te sig ytterst enkelt – vinylskivan, den glimrande, glänsande svarta tingesten, 12 inch/30 centimeter för LP:n och 7 inch/17,5 centimeter för singeln – men samtidigt är oerhört komplicerat, lika komplicerad som vinylen som kulturell produkt och konstruerat medium och format kan te sig, om man börjar undersöka föremålet och fenomenet närmare.

Den bok sociologerna Dominik Bartmanski och Ian Woodward skrivit är ett vetenskapligt inlägg i en diskussion som handlar om hur vi, både som individer och grupper, handskas med våra medier, med vår musik, med det utrymme som finns där mellan den materiella verkligheten och det som vi tänker eller drömmer om. Boken är därmed till sin inriktning egentligen mindre en sociologisk eller kulturhistorisk exposition, mer en mediefilosofisk, delvis etnografisk ge-

nomgång där olika fenomenologiska insikter kombineras med en materialistisk ansats, i en framställning som på ett mycket kunnigt, passionerat och rentav avancerat sätt tar sin läsare genom vinylens olika möjligheter och begränsningar, där möjligheterna för mediet – det författarna med ett svåröversatt engelskspråkigt uttryck kallar affordances – att skapa olika slag av bindningar och nodpunkter mellan människor, platser, och tider – eller en speciell tid – är det som framför allt driver bokens agenda. En grundtanke är att vinylen aldrig ska betraktas isolerat från andra media, andra format, utan att den alltid måste ses som en medspelare i olika sammanhang, med speciella, unika egenskaper som gjort att den kunnat bibehålla sitt grepp om grupper av diggare i en era som många trodde skulle innebära dess försvinnande från den kulturella arenan.

Det Bartmanski och Woodward bjuder på i boken är, kan man säga, en guidad tour genom en mycket speciell terräng, inte så mycket

en historisk genomgång av vinylmediet eller dessa status som samlarobjekt, men nog ett område där en rad motsatser och dikotomier dyker upp, mellan det analoga och det digitala, mellan det snabba och det långsamma, det heta och det coola, det manipulerbara och det icke-manipulerbara, det mänskliga och det icke-mänskliga, maskinella och olika försök att överlappa de här skiljelinjerna, genom att bygga broar, mediala, sociala, kulturella, begreppsliga.

Boken är indelad i sex kapitel som mycket grundligt går igenom olika aspekter av vinylen i den kontemporära världen, från tillverkningen av vinylen till säljandet av vinyl, de olika användningsområdena för vinylskivan, vinylen som medium, ting, artefakt, totem och ikon. I kapitel 1, vinylen som skiva, ingår en historisk utblick som är kort och tämligen utvecklade, en resa bakåt i tiden, utgående ifrån bokens centrala tema, den kontemporära technoscenen med vinylen i dess symboliska mitt som ett slags magiskt eller auratiskt

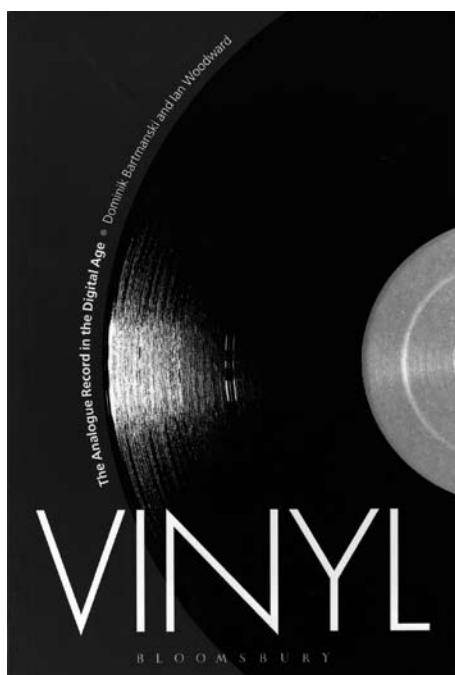
föremål. Därmed avsmalnar perspektivet alltmer ju längre bakåt i tiden man kommer, vinylens historia blir framför allt kopplad till endel ikoniska genrer och artister utgående från deras betydelse för författarna och sagesmännen. Det är rock och pop, och det är framför allt jazz, soul och funk som fungerar som viktiga förlagor till och referenspunkter för techno-vinyl. Enbart i förbigående nämns annan musik, som klassisk musik. Modern seriös musik, exempelvis en minimalistisk sådan eller annan experimenterande 1900-talsmusik som ofta spelades in på vinyl finns inte med över huvud taget.

Bokens styrka – dess ingående, passionerade grepp om ämnet – blir samtidigt också dess svaghet eller brist. I sitt förord konstaterar de två forskarna att de själva är starkt involverade i den kultur de undersöker, de är techno-fans själva, något som kan vara en fördel, men som också gör att skiljelinjen mellan forskarna och de personer som intervjuas eller mellan författarnas positioneringar som forskare och som fan, vinylentusiaster och speciellt techno-vinylentusiaster hamnar i gungning.

Vinyl blir därmed en bok om inte bara vinyl, hur den fortfarande står upp i en era som blivit alltmer digitalise-

rad, utan också en beskrivning och närläsning av en värld av vinyl-expertter av olika slag, från klubbägare till skivbutikägare, DJ:s, vinylmakare, skivproducenter och skivbolagsägare i vinylmetropolen Berlin, med ett antal smärre avstickare till andra tyska storstäder och andra metropoler som New York, Bogota, Sydney, London, Paris.

Redan i förordet, i själva iscensättningen av boken, presenteras dessa som i nästan lika hög grad som de två författarna kan ses som bokens egentliga upphovsmän, gruppen av män i den tidiga medelåldern (en enda kvinna ryms med bland männen) som fungerar som bokens experter och "drivmedel", vinylkonnässörer som ställer en rad viktiga frågor kring vinylens materialitet och existentiella problematik som väldigt mycket liknar de en kulturforskare gör. Det handlar om ett dussintal personer, legendariska inom Berlins technoscen, bland andra artister/DJ:n Phillip Sollmann, eller Efdemin som är hans professionella alias, skivpressaren Andreas "Lupo" Lubich, artisen och DJ:n Robert Henke, alias Monolake, boutiqueägaren Jenus Baumacker-Kahmke och DJ:n och skivproducenten Andreas Baumecker. Det märkliga är, något som författarna ägnar en flyktig tanke, inte mer, att detta genusmönster känns igen från tidigare skeden av vinylens



Omslag till boken *Vinyl: The Analogue Record in the Digital Age*, av Dominik Bartmanski och Ian Woodward, 2015. London/New York: Bloomsbury Publishing.

och populärmusikens, inte minst rockens och jazzens historia, en historia där män, unga män eller män i den tidiga medelåldern, är de som innehar de centrala positionerna.

Intressant nog är detta en bok som handlar lika mycket om Berlin som om vinylen, de två begreppen och fenomenen fungerar som ömse-sidigt autenticitetsskapande nodpunkter av både ett diskursivt och ett kroppsligt-fysiskt-sensuellt slag som hela tiden bekräftar varandras betydelse. Här finns också speciella hotspots i den kulturella geometrin som svarar mot bokens glidning generellt mot det heta, också i betydelsen heta pressningar (hot wax).

Klubben Berghain är en sådan, andra viktiga hotspots är skivbolaget Ostgut Ton, skivstudion Dubplates & Mastering, skiv- och hipster-affären Rotation Boutique, skivbutiken OYE etc. En tredje nodpunkt i boken utgörs av musikgenren EDM, electronic dance music. Med dessa tre begrepp i spel etableras en sofistikerad läsning och avkodning av ett mycket speciellt och livskraftigt kulturellt område. Ordet vibrant används, talande nog, flitigt i boken, vinylen beskrivs som vibrant matter, också staden Berlin och technogenren ges ofta den beteckningen.

Här är en jämförelse med endel texter av den mycket produktive mediehistorikern Rasmus Fleischer (2009,

2013) instruktiv. Fleischer har bott i Berlin i ett antal månader i två perioder, dels år 2004 och dels år 2011. Hans iakttagelser av de fenomenen Bartmanski och Woodward beskriver i sin bok är intressanta också för att han inte så specifikt lyfter upp just vinylformatet, men nog för att han mer kontextualiserar Berlin-fenomenet än vad vinylbokens författare gör.

Rasmus Fleischer talar bl.a. om "den schwabiska invasionen" av endel områden i Berlin. Det är mer eller mindre välmående tyskar från Schwaben och andra områden i södra Tyskland som etablerat sig här som en ny, om inte överklass, så relativt välsituerad grupp i det som också Bartmanski och Woodward ser som en större rörelse som är parallell med vinylens renässans, gentrifieringen av Berlin.

Fleischer talar också om Berlin som exportprodukt, framför allt då för turismen. Varje veckoslut besöks staden av tusentals renodlade partyturister som ofta anländer via flygplatsen Schönefeld. Nästan alla flög, skriver Fleischer, med lågprislinjer som ibland sålde biljetter i samma prisklass som en taxiresa. Och de som kom till Berlin blev då, som han säger, en population som är "baserad i Berlin", eftersom den inte säkert kan säga vad det innebär att bo där.

Kritiska frågor som varför den här vinylmusikscenen

som kombinerar det analoga och det digitala tycks vara så mansdominerad och och så dominerad av en speciell åldersgrupp tas aldrig upp till en diskussion. Därmed faller också frågor som de som ställts av andra forskare, om hur folk konsumerar musik i dag mer generellt, vilka musikaliska media och modus de använder sig av, om man ser på olika åldersgrupper, olika generationer.

Inriktningen hos Bartmanski och Woodward på det som är cutting edge, avantgarde, det som ligger vid frontlinjen av utvecklingen, blir så stark att den leder till några komplikationer som ett mer balanserat grepp hade kunnat undvika. Att teknokulturen i inte minst Berlin lett till att vinylen igen fått en renässans, då sedd inte längre som ett mainstreammedium eller -format utan tvärtom som ett exklusivt, "långsamt" medium, ett medium för hipsters och bohemer är en viktig iakttagelse.

Fleischer diskuterar något som har relevans här, nämligen det faktum att Berlin är en förhållandevis fattig stad, en stad där det är lättare att leva ett bohemliv både pekuniärt och kanske också mer allmänt, kulturellt än i andra storstäder, samt vidare som sagt billigflygets uppgång som inneburit att det är mycket billigt att flyga till och från Berlin. Fleischer gör en intressant iakttagelse om de grupper av människor, likt

honom själv, som valt att ta sig till den tyska huvudstaden, för att som han säger befinna sig där. 2004 karaktäriserades stadens technoscen enligt honom av en musik som var taktfast men ändå inte ägnad för dansgolv utan snarare för drömmier. Runt de elektroniska rytmerna strök återhållsamt melankoliska melodier. Några år efter Berlin-technons första våg på 1990-talet återuppstod, skriver Fleischer, Berlins technoscen några kilometer längre österut jämfört med dess tidigare centrum kring Leipziger Strasse i stadsdelen Mitte, nu med centrum i området mellan Kreuzberg and Friedrichshain, med klubben Berghain och skivbolaget som Ostgut Ton som två epicenter för scenen.

Vinyl-boken är alltså starkt platsinriktad, för att inte säga platscenterad eller -fixerad, den är också tidsmässigt väldigt bunden till föreställningar om det kontemporära, sett genom vinylens speciella reflektionsyta. Boken arbetar med en rad nyckelord som gör att en viss form av vinylanvändning blir den paradigmatiska, medan andra former kommer att betraktas med likgiltighet eller rentav skepsis.

Figurer som hamnar utanför kriticirkeln är bland andra dessa lite äldre crate diggers som de kallas, de passionerade samlarna. Men paradoxalt nog är även en och annan av vinylexperterna i boken samlare, som Phillip Soll-

mann som stolt poserar med en uppsättning av olika, minst 16, pressningar av Donald Fagens soloskiva *The Nightfly* som ju har ett ikoniskt vinylrelaterat omslag. Fagen själv sitter på omslagsbilden vid en skivspelare med en cigarett i ena handen. Att de äldre vinylsamlarna beskrivs som tragiska oldtimers som tiden och tidsandan sprungit ifrån känns mot den här bakgrunden en aning konstigt.

Intressant nog dyker det mångbottnade och svårgreppade ordet autenticitet upp i flera sammanhang i boken, alltid kopplat till den typ av scen och vinylmiljö som författarna prioriterar. Det är, talande nog, "grandmastern" bland vinylkännarna, Robert Henke, som får fungera som interlokutör i sammanhanget:

"Robert Henke continues, pointing out to us that this credibility of vinyl to symbolize expertise and competence within musical communities work for both consumers or buyers of music, as well as for its makers. The key uniting both sides of this one coin is the cultural stuff of authenticity – authenticity as credible and warrantable performative sign which members of a cultural community perceive as integral to the values and beliefs of that community. In this sense, vinyl becomes a symbolic commodity, possession or production of which points to certain knowledges and expertise."

Som synes blir resone-mangen kring det autentiska cirkulärt, även om det hävdas att det som gör vinylen så autentisk har att göra med dess "icke-demokratiska värden", för att härddra en smula. När det digitala öppnar upp musiken, dess distribution och användning i en demokratisk och allt utjämnande form kan detta samtidigt leda till en förlust av kvalitet och värde, påpekas det. Där kommer vinylen som i den här miljön och genren ofta tillverkas i små kvantiteter, som då också ger skivorna ett tilläggsvärde, som ett slags "unika kopior" värda att leta efter, att i stället blir ett emblem för distinktion. I en värld som är, som Fleischer beskrivit den, starkt turistifierad får vinylen, genren och platsen unika och andflyende hipster – och avantgarde-kvaliteter som får dem att framstå som speciellt eftersträvarvärda, ungefär som viktiga historiska platser med kultstatus kan vara det, från Venedig till den förbjudna staden i Peking eller Hollywood.

REFERENSER

- Bartmanski, Domik & Woodward, Ian, 2015. *Vinyl: The Analogue Record in the Digital Age*. London/New York: Bloomsbury.
- Fleischer, Rasmus, 2009. *Det postdigitala manifestet: Hur musik äger rum*. Ink Bokförlag.
- Fleischer, Rasmus, 2013. *Tapirskrift*. Stockholm: Axl Books.

SUMMARY

*The Vinyl in Berlin:
A Place, a Genre, an Era
(Vinylen i Berlin:
en plats, en genre, en tidsera)*

How is the phenomenon and concept of vinyl, vinyl records to be tackled in a scientific way by cultural scholars? One such quite imposing way of doing it is the way sociologists Dominik Batmanski and Ian Woodward discuss it in their new book *Vinyl. The Analogue Record in the Digital Era*, in which they firmly place the renaissance of the format in a particular scene, a particular place and a particular era, a story strongly supported by notions of distinction, hipness and technological know-how. This is the contemporary electronic techno music scene of certain bohemian quarters in Berlin, drawing like a magnet

larger groups of people, both tourists and bohemians, into the grooves and affordances this particular musical format can offer. In an expertise excavation of this scene with a number of key players from the scene involved functioning as interlocutors in the story a fascinating tale of a city and its relationship to a particular musical format and genre emerges. The downfall of this media-philosophical, phenomenological and material take on vinyl is the gaps which are clearly to be seen in the picture: the history of vinyl is treated quite cursory, and another type of vinyl lover, the crate digger, is treated with a certain nonchalance. The question of generation is generally underplayed here. Also the lack of a clear gender aspect of the scene as depicted including its key players which are all but one male is a problem in the book

which still is quite an achievement in its own way.

Keywords: vinyl, techno, club scene, Berlin, sociology, phenomenology, media-philosophy, material studies.



Sven-Erik Klinkmann is Associate Professor in Folkloristics, Especially Popular Culture, at Åbo Akademi University, Turku/Åbo, Finland.

Anmälningar och notiser

En bokförläggare som sticker ut på det "mediebärande" fältet



Johanna Dahlin, Gustav Källstrand och Bengt Erik Eriksson, *Bokbyggare: Carlssons Bokförlag under trettio år – Bok 2614*. Stockholm: Carlssons 2013.

”Fältet” är ett nyckelbegrepp i kultursociologen Pierre Bourdieus samhällsanalys, och för honom definieras ett socialt fält av att människor samlas kring något som de tillsammans tror på och strider om. På det litterära fältet uppträder och trängs bl.a. författare, bokförlag, kulturtidskrifter, kritiker, litteraturvetare, akademiker och olika kulturinstitutioner etc.

Förlagsverksamhet är här-

vidlag ett viktigt och ännu till stora delar utforskat delområde inom detta fält, framför allt när det gäller den svenska förlagsmarknaden. Här återstår mycket spännande att vetenskapligt reflektera kring. Något för bok- och mediehistoriker att ta tag i. En tydlig, driftig och till synes outtröttlig profil inom det system som Bourdieu kallat ”fältet för produktion och cirkulation av kulturella tillgångar” är bokförläggaren Trygve Carlsson.

Under drygt fyrtiofem år har Trygve Carlsson kommit att spela en framträdande roll på detta fält. Hans långa förläggargärning i det egna förlaget *Carlsson Bokförlag* har, i samband med att förlaget nyligen kunde fira trettio år, belysts och dokumenterats i boken *Bokbyggare: Carlsson Bokförlag under trettio år – Bok 2614*. Författare är Johanna Dahlin, Gustav Källstrand och Bengt Erik Eriksson, samtliga forskare verksamma vid Linköpings universitet.

Resultatet har blivit en bok som har fått ett annorlunda upplägg än merparten av de förlagsmonografier eller förlagsöversikter som tidigare utgivits om andra förlag.

Vanligtvis brukar det när det gäller förlagsmonografier röra sig om redovisande och kronologiskt sammanställda alster – för mer problematiserande resonemang har utrymmet sällan räckt till.

Innehållet i *Bokbyggare* är tematiserat i fem kapitel under rubrikerna: 1. Att förlägga böcker, 2. Bokförlagets vardagsliv, 3. Utgivningen, 4. Mottagandet, och 5. Förlagskultur. Utgångspunkt och avstamp tas hela tiden i den verksamhet som bedrivs i förlagets lokaler på Stora Nygatan i Gamla stan i Stockholm. Bokens författare har haft fri tillgång till handlingar i förlagets arkiv: såsom olika underlag, brev, kataloger, recensioner, utgivna titlar, räkenskaper etc.

Samtal och intervjuer med förlagets anställda samt med förläggaren Trygve Carlsson själv gjordes löpande under det halvår som arbetet med boken pågick. De olika kapitlen har på ett uppslagsrikt sätt varvats med kortare personliga betraktelser där ett drygt tjugotal av förlagets författare ur olika perspektiv berättar om sina relationer, erfarenheter och kontakter med förlaget. Det är ett för-

tjänstfullt upplägg som inbjuder till läsning och självreflektion.

I bokens förord framhålls att ett uttalat syfte med boken har varit att försöka ”synliggöra vad ett bokförlag gör, vilka inriktningssmässiga och kulturpolitiska överväganden som kan ligga bakom verksamheten och hur bokförlagens verklighet förändrats under senare år”.

Bokens författare vill således även ge en mer generell bild av det arbete som bedrivs vid ett svensk bokförlag idag, av hur betingelserna förändrats för förlagen under de trettio år som Carlsson Bokförlag har varit verksamt, samt de tankar om böcker och bokutgivning som förläggare och redaktörer uttrycker. Dahlin, Källstrand och Eriksson trycker på att det har varit viktigt att försöka visa på vilken kulturell betydelse bokförlag har i det begynnande 2010-talet.

Carlsson Bokförlag får därmed, samtidigt som dess verksamhet beskrivs ingående, också tjäna som ett exempel på hur ett medelstort förlag navigerar sig fram i dagens svenska medielandskap. Detta innebär att denna ”trettioårsbok” blivit till något mer än en sedvanlig hyllningsskrift. Man läser gärna boken också som ett väsentligt inlägg i en pågående diskussion om läget för boken och inte minst läsandet.

Den tekniska utvecklingen har inneburit att människors läsande, och faktiskt också

själva läsakten, har förändrats påtagligt under den senaste tjuogoårsperioden. Nya slags mediebearare och medieformer har medverkat till att mediekonsumtionen har ökat och tillgängligheten till olika slags texter har formligen svämmat över i digitala medier. Den vanliga fysiska boken har fortfarande sin givna plats i läsfåtöljen, men det finns nu möjligheter att prioritera läsandet utifrån aktivitetsmönster och hur man lever sitt vardagliga liv; man lyssnar lika gärna till ljudboken i bilen, använder läsplattan i sängen, mobilen på bussen eller tåget, eller datorskärmen på jobbet, för att endast ge några exempel på olika valmöjligheter.

Det finns mycket som talar för att läsandet kommer att öka framdeles. Vi interagerar allt mer det vi läser med andra texter via digitala sökmotorer, hemsidor, bloggar, twitter och andra sociala medier. Det är nog till en del mer frågan om *hur* vi kommer att läsa framdeles. Tillgång till texter tenderar att öka. Det finns heller inte något som pekar på att boken som bärare av text- och bildkommunikation skulle vara verkligt hotad. Ur en kulturell aspekt kommer den fysiska boken att fortsatt vara en av de främsta presentationsformerna för mänsklig diskussion, reflektion och kunskapsförmedling.

Men naturligtvis har bokförlagen, även om nya möjligheter att visa upp sig och att

nå ut har ökat, stora utmaningar att brottas med. Bokhandeln är inte längre den givna förmedlaren – den sviktar under trycket att prioritera storsäljare och bestsellers. Flertalet bokhandlar ingår i kedjor och man gör centraliserade inköp, vilket ofta innebär att många förlag och vissa titlar kan ha svårt att göra sig gällande. De stora förlagen har en tendens att favoriseras när inköpen görs.

Många mindre och medelstora förlag, och dit hör Carlsson Bokförlag, ser hur det blir allt viktigare med en bokförmedling som går direkt mellan förlag och potentiella läsare. Det kommer att bli allt mer viktigt att synas på olika digitala plattformar och att med egna kanaler ta över de uppgifter som traditionellt legat på bokhandeln när det gäller förmedling av böcker. En ny utveckling kan skönjas där bokförmedlingen är på väg att bli en integrerad del av förlagens verksamhet.

Detta är en utveckling som är trist att konstatera men det är tyvärr ett faktum. Bokhandeln sorteras är tråkig, men paradoxalt nog så har dessa förändringar i flera avseenden gynnat förlagen, eftersom de fått större kontroll och att de själva kan välja under vilka former de kan nå ut till sina läsare.

Carlsson Bokförlag omnämns ofta som ett litet eller medelstort förlag. Därtill är det ett oberoende förlag, som under drygt trettio år nu, har skaffat sig en tydlig position

som ett kvalitetsförlag med ett kulturellt kapital av rang i sitt bagage. Och litet är det nog inte, även om förlaget kanske identifierar sig så – tvärtom. Föreliggande bok är nr 2614 sedan starten 1983. Detta betyder att utgivningen har i genomsnitt varit åttiosju (87) titlar per år under förlagets trettioåriga historia. Det vill säga att förläggaren har kunnat lägga en ny bok på bordet i princip var fjärde dag året runt. Med en personalstyrka på fyra–fem personer är detta ett pensum som imponerar.

Men naturligtvis är det inte kvantitet som räknas. Här rör det sig för Trygve Carlsson om manus som varit angelägna, ja, rent av nödvändiga att ge ut. Att granska insända manus är en viktig och ofta grannliga uppgift. Många frågor bör ställas: Är ämnet av intresse? Hur fungerar språket? Är vi rätt förlag för just denna bok? Passar den in i vår aktuella utgivning? Finns det utrymme i utgivningslistan, klarar vi av ännu en titel just nu? Kan vi marknadsföra den på ett bra sätt och nå presumtiva läsare? Ja, det är många olika faktorer som bedöms.

Carlsson Bokförlag har visserligen en bred utgivning, men allt passar inte in, det måste också vara ett angeläget manus för att det skall gå vidare. Texten skall passera flera kvalitetsmarkörer för att bli antaget. Vad är då en Carlssonbok? Ja, att placera in förlaget i de vanliga gen-



Bokförläggare Trygve Carlsson vid sitt skrivbord i förlagets lokaler på Stora Nygatan i Gamla stan i Stockholm. Foto: Jerker Andersson.

erna låter sig inte göras. Under många år har förlagets utgivning haft stora likheter med vad som internationellt ofta getts ut av universitetsanknutna förlag, dvs. böcker som inte sällan ligger i ett gränsland mellan en allmän fackbok och en vetenskaplig bok. Ett tydligt drag i utgivningen är också att ett folkbildande inslag är framträdande och viktigt.

Några teman kan skönjas i utgivningen. Carlsson Bokförlag har inte utan orsak genom åren kallats för etnologernas förlag. En av de allra första böcker som utkom på förlaget under dess första år 1983 hade titeln *Korvboken: Hjälpreda och kulturhistoria*, skriven av stockholmsetnologerna Karl-Olov Arnstberg och Anders Björklund. Samma år redigerade också Arnstberg en etnologisk klassiker, *Korallrevet: Om vardagens kulturmönster*. Båda

böckerna har kommit i flera upplagor genom åren. Ett antal etnologiska titlar har sedan varit legio i stort sett varje år under de trettio gångna åren, och förlaget spelade under en lång följd av år en stor roll för etnologiämnets revitalisering.

Bland andra teman märks t.ex. olika perspektiv på äldre och nyare kulturhistoria. Ett annat tydligt kluster är socialhistoria, ofta med anknytning till kulturella och politiska skeenden. Här finner vi ett stort antal titlar om folkrörelser, arbetarrörelsen, folkhemspolitik, bildningssträvanden etc. Böcker om resande och skildringar av andra länder är ett annat stort tema. Historiska biografier och memoarer, liksom böcker om andra världskriget är ett omfattande temaområde. Antalet titlar om judisk kultur och historia samt om antisemitismen är försvarligt

till sitt omfång. Dans, teater och musik är andra områden som fått sjunga kreativitetens lov hos Carlsson Bokförlag. Konstvetenskap, liksom arkitektur och design av skilda tappningar har också stor plats i Carlssons utgivningslista.

Ja, så här kan man hålla på att räkna upp olika teman länge utan att på detta begränsade utrymme göra förlaget riktigt rättvisa. Den samlade bilden av den trettioåriga utgivningen är att förlaget och Trygve Carlsson med en tydlig röst spelat en viktig roll i det pågående humanistiska samtalet i landet. Även vetenskapssamhället har visat sin uppskattning för hans förläggargärning. Han blev t.ex. år 2002 hedersamt utsedd till filosofie hedersdoktor (doctor honoris causa) vid Linköpings universitet, och han har också suttit som ledamot i Linköpings univer-

sitetets styrelse under många år.

Trygve Carlsson är inte bara en av landets mer erfarna bokförläggare, han är också en intellektuell och skarp-tänkt person, och har en god näsa för de intressanta manusbuntarna, och en väl utvecklad känsla för vad som kan bli en bok av bestående värde. Lägg därtill att Trygve Carlsson genom åren visat upp en förvånansvärd ihärdighet. Alla förlagets titlar blir kanske inte "kioskväl-tare", men de behåller sitt innehållsliga värde och för-svarar sin plats i bokhyllan. Han avslutar också själv bokens epilog med de kläd-samma orden: "i mina ögon är det vår utgivning som skall tala, mindre jag själv".

Den legendariske amerikanske bokförläggarkollegan André Schiffrin, under många år chef för Pantheon Books och skapare av The

New Press, gav för ett antal år sedan ut en självbiografi med den något kryptiska titeln *Förlag utan förläggare* (Ordfront, 2001). En sammanfattning av bokförläggaren Trygve Carlssons betydelsefulla gärning skulle utan tvekan rymmas så mycket bättre under den alternativa titeln *Förläggaren med ett förlag*.

REFERENSER

- Bourdieu, Pierre, 2000. *Konstens regler: Det litterära fältets upp-komst och struktur*. Stockholm/Stehag: Symposium.
- Peterson, Bo, 1993. *Boktryckaren som förläggare*. Stockholm: Norstedts.
- Schiffrin, André, 2001. *Förlag utan förläggare*. Stockholm: Ordfront.

Roger Jacobsson, docent
Kulturella Perspektivs
chefredaktör

I nästa nummer

För dig som är intresserad av vad som händer inom humanistisk och samhällsvetenskaplig kulturforskning är

Kulturella Perspektiv

den givna mötesplatsen

Nästa nummer är inget undantag!

KULTURELLA PERSPEKTIV

Tidskriften för nya kulturstudier



Bästa läsare,
du är mycket välkommen som
prenumerant på **Kulturella Perspektiv!**

275 kr för fyra nummer 2016
Plusgiro 65 33 59-0

KULTURELLA **P**ERSPEKTIV - TIDSKRIFTEN FÖR NYA KULTURSTUDIER

