

Att bli kritisk.

En studie av  
informationsprojektet  
”Reklamen-påverkar den mig?”

Jakob Wenzer

CFK-RAPPORT

2003:020



Handelshögskolan  
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

**CFK**  
Centrum för konsumentvetenskap  
Center for Consumer Science

## Prolog - Forskningsprojektet Unga konsumenter

Föreliggande rapport ingår i forskningsprojektet Unga konsumenter. Detta är ett forskningsprojekt som är förlagt till Centrum för Konsumentvetenskap (CFK) vid Göteborgs universitet. CFK är ett nationellt centrum för konsumentfrågor som bedriver forskning inom konsumentvetenskap och utvecklar ny kunskap inom konsumentområdet. Mer information om CFK finns på [www.cfk.gu.se](http://www.cfk.gu.se).

Arbetet med forskningsprojektet "Unga konsumenter – en forskningsstudie", är en del av ett mer övergripande initiativ som tagits utifrån ett regeringsbeslut om stöd till ungdomar som konsumenter. Med stöd ur Allmänna arvsfonden har Arvsfondsdelegationen medverkat till att sätta åtta projekt med den övergripande rubriken "Ungdomars arbete med konsumentfrågor. Kun(d)skap är makt". Den grundläggande föresatsen med dessa olika projekt är att öka kunskaperna i konsumentfrågor och att stärka ungas ställning som konsumenter. Förhoppningen är att skapa möjligheter och förutsättningar för en aktiv och medveten ung konsument. Ur forskningsperspektiv är det betydelsefullt att söka kunskap och information om vilka föreställningar, förhoppningar och metoder som återfinns i arbetet med de olika projektens uppbyggnad. Syftet med forskningsprojektet är således att studera processer vid genomförandet av de olika konsumentprojekten, samt vilka förförståelser som återfinns om konsumtionssamhället, marknaden och ungas ställning.

Arvsfondsdelegationen stöder således dels konsumentprojekten inom "Ungdomars arbete med konsumentfrågor. Kun(d)skap är makt", dels det därtill knutna forskningsprojektet "Unga konsumenter – en forskningsstudie." Denna rapport är en studie av ett av de åtta konsumentprojekten, Reklamen – påverkar den mig?, och som syftar till att öka medvetenheten hos unga konsumenter (16-20 år) om reklampåverkan och risken för skuldsättning. I rapportserien 2003:02 kommer totalt fem rapporter publiceras. Denna är den tredje i ordningen.

## Sammanfattning

Lätting är en kulturförening som engagerar unga människor i projektarbeten på specifika teman. Ett sådant projekt som löpte under vintern 2002 och våren 2003 var "Reklamen – påverkar den mig?" och handlade om reklampåverkan. Projektet var designat som ett informationsprojekt och tänkt att riktas till ungdomar utanför föreningen. Initiativet kom från de ungdomar som deltog i föreningens verksamhet, och idén var att låta unga människor själva vara de som avgjorde vad som var viktig information för andra unga angående detta angelägna ämne. Projektet avslutades sedan i en utställning och en film som visades tillsammans i två veckor i slutet av vårsäsongen.

Författaren till denna rapport följde arbetet med utställningen genom besök på kulturföreningen och intervjuer med några av deltagarna i projektet. Detta var en del av ett följeprojekt med namnet "Från konsument till kritisk konsument" som var tänkt att iakttä kunskapsbildningen hos deltagarna i projektet. Vad händer då konsumenter blir upplysta om hur de vilseleds av reklamen? Vad tycker unga konsumenter att det är viktigt att förmedla till andra unga konsumenter? Vad väljs? Vad väljs bort?

Under projektets gång börjar dock intervjuer kännas som en otillräcklig metod. Sker det verkligen någon utveckling? Eller är kanske frågan fel ställd – det kanske inte är just i samtalet och artikulerandet av uttalade åsikter som spännande utveckling står att finna? Men var är det då?

Rapporten har tre huvuddelar. Den första delen är en rak beskrivning av besöken på kulturföreningen. Den andra har en mer vetenskapsteoretisk ambition och är en diskussion som tar sin början i en utredning av hur olika verklighetsförståelser genererar olika konstruktioner av fältet, vilket relateras till intervjuer som fältmetod. Nya begrepp testas och sätts in i fältet. I den tredje delen förs de nya begreppsliga konfigurationerna ihop med frågeställningen om vad som egentligen produceras på kulturföreningen och den utställning som blev dess resultat.

I den sammanfattande diskussionen belyses möjligheter som ges av att låta ungdomar vara de som själva förmedlar information om ett angeläget ämne till andra ungdomar. Men det som belyses är inte främst själva informationsurvalet, utan i lika hög grad det sätt på vilket man valt att presentera denna information; de teknologier man arbetat med, de form- och bildspråk man använt sig av och de övriga medel man använt för att aktivera utställningens besökare.

## Innehållsförteckning

Prolog	
Sammanfattning	
Inledning .....	5
Besök på Kulturföreningen Lätting .....	10
Verklighetsförståelser .....	26
Att bli kritisk .....	33
Rekapitulering och konklusion .....	41
Källor .....	44
Noter .....	46

## Inledning

Hösten 2002 beviljade Allmänna arvsfonden anslag till ett projekt med namnet "Reklamen – påverkar den mig?" Anslagssökande var Kulturföreningen Lätting i Gävle, en förening som engagerar och aktiverar unga människor i projektverksamheter riktade mot ämnen de anser engagerande. I samband med projektansökan föreslogs ett samarbete med forskningssamhället i någon form av följesprojekt, vilket också beviljades. Uppdraget gick till Centrum för konsumentvetenskap (CFK) i Göteborg, Sveriges enda centrumbildning för studier av konsumtion och konsumtionskultur, och den till CFK knutne konsumtionsforskaren Jesper Olesen.

Det var här som jag kom in i bilden. Då logistiken blir lite jobbig när man, såsom Jesper gjorde (och gör) bor i Köpenhamn, behövdes någon form av assistans i projektet. Det fick bli jag. För min del lades projektet upp över ett år, parallellt med forskarutbildningen i etnologi vid Göteborgs universitet till vilken jag blev antagen januari 2003. Vid ett antal tillfällen under året har jag således varit i Gävle och gjort fältarbete, främst bestående i intervjuer och deltagande i till projektet knutna verksamheter.

Ganska så snart överlät Jesper mer och mer av huvudansvaret till mig, vilket gör att jag idag ensam faktiskt får stå med mitt namn för denna projektredovisning. Det har också till stor del blivit historien om mitt fältarbete och de tankar, reflektioner och analyser som genererats utifrån min egen horisont i samband med mina besök (När jag skrev den här meningen önskade jag verkligen att det fanns någon svensk motsvarighet till engelskans ord "thought-provoking"...).

Jag vill redan här tacka Jesper Olesen för detta stora förtroende och för det intresse han visat för projektet under det dryga år som gått sedan vi gjorde vårt första fältbesök i Gävle vintern 2002.

Vidare vill jag också tacka Barbro Johansson och Helene Brembeck för värdefulla synpunkter då de läst igenom mina utkast till denna rapport. De har diskuterat mina texter med mig och givit mig uppmuntran att utveckla de idéer jag gör i detta papper men gjort mig uppmärksam på att ändå hålla kvar ett empiriskt fokus på Lätting, så att resultatet skulle bli även deras historia och inte bara min egen. Barbro har även hjälpt till med korrekturläsning. Alla de sakfel, språkliga fel och andra tillkortakommanden som fortfarande står att finna är naturligtvis mina egna.

Tack också, naturligtvis, till personal och projektdeltagare på Kulturföreningen Lätting, som varit intresserade av min undersökning och ställt upp på alla vis. Främst vill jag tacka Arvin, L-O och Kalle, som varit de jag arbetat närmast. Men även Susanne, Stefan, Jonas och Lättings projektledare Ninni har ställt upp och tagit emot mig då jag gjort anspråk på dem. Tack för att ni tagit emot mig väl!

Min rapport består huvudsakligen av tre delar. Den första, *Mina besök på Kulturföreningen Lätting*, handlar om mina besök på Lätting och är i mycket en rak

berättelse om mina upplevelser där. Den andra, *Verklighetsförståelser*, introducerar teoretiska resonemang som tar tag i trådar från den första delen: problem jag stött på i tolkningen, metodologiska frågor, begreppsliga diskussioner och ontologiska frågor. I den tredje delen, *Att bli kritisk*, förs denna diskussion vidare och ansluter till frågan: vad innebär det att bli kritisk? Detta då denna fråga är en som kristalliserat ut sig som viktig i de första två delarna.

Att jag valt denna ordning, att visa upp det empiriska arbetet först och sedan ge mig in i teorin, i stället för att – som vanligare är i sådana här sammanhang – först presentera mina teoretiska perspektiv och sedan "tillämpa" dem, kan ses som ett ställningstagande. Jag tror inte på sådana "tillämpningar" av totaliserande teoretiska apparater på en färdig verklighet. Jag tror däremot att forskaren alltid har med sig en massa erfarenheter, vanor, mer eller mindre medvetet formulerade hypoteser och idéer om hur verkligheten är beskaffad. Däremot tror jag inte att dessa är helt medvetna och genomskinliga; ej heller tror jag att de är möjliga att medvetandegöra och/eller representera i form av ett enkelt syfte eller några mer eller mindre pliktskyldigt formulerade rader om ens "hypoteser" eller "teoretiska utgångspunkter". Snarare anger nog dessa erfarenheter, vanor, hypoteser, fördomar, idéer etc, en *riktning* i vilken man kommer att arbeta. Vad man sedan finner då man väl börjar arbetet är delvis beroende av denna riktning, men det är däremot inte *determinerat* av den – detta skulle vara att beröva "fältet" sin komplexitet och förneka att verkligheten inte är skapad av de teorier vi använder oss av för att förstå den. Om en metod eller teori visar sig mindre lyckad för att förstå fältet, så måste vi vara beredda att överge den och söka efter andra verktyg. Då jag och Jesper gick in i projektet fanns det förvisso idéer, om vilka jag kommer att berätta, men efter ett tag så kändes det inte längre som om dessa idéer kunde skapa något produktivt, varvid jag varit tvungen att söka efter andra idéer som kunde det bättre. För snarare än att teorier är något genom vilket vi kan "förstå" verkligheten, finna dess "sanning", så tror jag att *verkligheten producerar något tillsammans med de idéer vi använder för att förstå den*. På så vis utgår förståelsen av fältet inte bara från redan tidigare formulerade teoretiska modeller, utan fältet själv blir aktivt i skapandet av något som i slutändan är både den forskande och den/det beforskades produkt; forskningen blir inte en genomskinlig representation av verkligheten, utan är en produktion av ett nytt stycke verklighet, skapad av forskaren och den beforskade tillsammans.

Två frågor har fått löpa igenom textens tre delar och utgöra åtminstone den riktning som *texten* har fått. (Minns: skrivandet av texten är också en performativ akt.) Den första frågan vänder sig mot projektets uppdragsgivare och finansörer, och skulle kunna formuleras som: "Är detta ett bra sätt att tänka i denna typ av projekt?" Den andra frågan vänder sig till forskarsamhället, till mina kollegor och till mig själv, och skulle kunna formuleras som: "Är detta ett bra sätt att tänka i denna typ av projekt?"

Som ni förstås märker så är det samma fråga, ställd från två håll. Ytterst är det en fråga som handlar om *produktion*, på det vis jag ovan visat. Vad produceras i detta specifika sammanhang? Vilka kopplingar kan uppstå? Vad *skulle kunna* produceras, vad skulle vara mer eller mindre effektivt i att upprätta sådana kopplingar? När jag använder ordet "bra" i min fråga så är detta också egentligen befriat från de moraliska implikationer som finns nedlagda i ordet. (Bra för vem? Varför? Vadå bra?) Frågan gäller alltså: kan det producera? Och: Vem kan ansluta till denna produktion?

Då torde väl scenen vara färdig för uppspel. Följer här gör en kort presentation av aktörerna<sup>1</sup>. Sedan kan kalaset börja.

### **Kulturföreningen Lätting, reklamprojektet och följeprojektet**

Lätting är en kulturförening i Gävle som bildades 1988. Då var föreningens målsättning helt enkelt att "bredda det kulturella utbudet i Gävle" genom ett antal verksamheter såsom kurser, galleri, musikklubb och att helt enkelt fungera som kulturell mötesplats. För att understödja galleriverksamheten startades denna i kafémiljö. Ett år efter start hade föreningen, genom samarbete med Studieförbundet och kulturförvaltningen, redan bortåt 500 medlemmar.

1991 började Kulturföreningen Lätting få den form den haft sedan dess. Kommunstyrelsen beviljade en ansökan om ett projekt som riktade sig till arbetslösa ungdomar. Idén var att "låta ungdomar delta i en kreativ miljö och genom att bli stöttade och få ta ansvar, få personlig utveckling och klara av att gå vidare med utbildning eller arbete". Detta är en målsättning som kan sägas gälla fortfarande i den verksamhet föreningen bedriver idag.

Tillsammans med Arbetsförmedlingen och Gävle Kommun driver man sedan tio år ett kulturprojekt med syftet att skapa möjligheter för individen (dvs. projektdeltagarna) att själv finna personlig utveckling och att skapa en personlig handlingsplan inför framtiden. Fokuset ligger alltså på att hjälpa deltagarna att utveckla förmågor, kompetenser och intressen i en riktning som kommer att vara gynnsam på arbetsmarknaden och i livet. Samarbeten drivs med t.ex. Europeiska Socialfonden och Europeisk volontärtjänst för ungdomar, och volontärutbyten sker med flera europeiska länder.

Lättings verksamhet sker i tematiska grupper om ungefär två till tio deltagare, vilka förutom sina deltagare (ungdomarna) har var sin handledare. Handledaren är inte en chef som bestämmer saker och ting, utan fungerar snarare som en samordnare som ser till att deltagarna kan utveckla och realisera sina idéer. Grupperna har inriktningar såsom media, teater, tidningsproduktion eller fotografi.

Projektet "Reklamen – påverkar den mig?" är ett av flera projekt som Lätting bedrivit med stöd från Ungdomsstyrelsen/Allmänna arvsfonden. Samtliga projekt riktar sig till barn och/eller ungdomar i både utförande och tilltal. Projekten kan distribueras över alla grupper eller en enda; detta specifika projekt har utgjort en sorts kombination. Initiativet till projektet har kommit från ungdomar som Lätting kommit i kontakt med, ungdomar som försatts i ekonomiska svårigheter till följd av för stora inköp, och ofta då sådana som skett på avbetalning utan att man känt till villkoren. Man har velat sprida information om hur man undviker att hamna i betalningssvårigheter, eller vart man kan vända sig om man redan gjort det. Som en del av det första problemet har man identifierat reklamen som en av källorna varvid man velat hjälpa både sig själv och andra ungdomar i riktning mot ett kritiskt seende som kan genomskåda eller ifrågasätta reklambudskapen. Enligt den medelansökan som ställdes till Allmänna arvsfonden syftar projektet, som är ett informationsprojekt, till att "öka kunskaperna om reklamens påverkan hos ungdomar som hamnat i betalningssvårigheter genom okunskap vid köp, samt belysa reklamens inverkan på könsrollerna". Målsättningen har varit att, då projektet är över, ha producerat en utställning och en videofilm med detta innehåll. Underlag till filmen och utställningen skall tas fram av ungdomarna själva genom studiebesök (Konsumentrådgivningen, JämO, Kronofogdemyndigheten, reklambyråer...), intervjuer med människor, interna diskussioner, insamling av reklammaterial i alla media. Samtligt urval, planering och produktion skall göras av ungdomarna själva. Och det är detta som i ansökan framhävs som nyskapande och utvecklande med projektet: att ta tag i ett initiativ som kommer från de som själva berörs av ett problem, låta initiativet få stanna kvar där och utvecklas utåt. Det är ungdomar som identifierat problemet och uppmärksammat behovet av att föra ut information om det till andra ungdomar. Således bör det också vara ungdomar som avgör vilken information som är relevant och på vilket vis den skall förmedlas.

Det följesprojekt som beviljades medel samtidigt med reklamprojektet bär titeln "Fra forbruger til kritisk forbruger: følgeforskningsprojekt til projektet 'reklamen – påverkar den mig?'", formulerad av Jesper Olesen. ("Från konsument till kritisk konsument: følgeforskningsprojekt till projektet 'reklamen – påverkar den mig?'") I ansökan anges som följesprojektets huvudsakliga mål att följa den lärandeprocess deltagarna förmodas gå igenom: från att vara konsument, unga i ett konsumtionssamhälle, till att ha en större kritisk kunskap om reklamen och dess verkningar. Lättings förhoppning är att de medverkande i projektet kan komma att fungera som ambassadörer i kunskaps-spridningen om reklam då projektet är färdigt, och att kunna få inblick i hur denna process förlöper är en del av följesprojektets förhoppningar. En annan är att se hur urvalet av material går till. Vad väljs och vad väljs bort? Vilken information anses av unga relevant att sprida till andra ungdomar? Vad tycker deltagarna att man bör veta för att kunna klara sig i ett konsumtionssamhälle? Den metod som kommer att användas är deltagande i form av besök på Lätting med några, kanske sex-sju, veckors intervaller



där information kommer att samlas in. Intervjuer med en grupp "kärninformeranter" kommer vid varje tillfälle att utföras för att få en uppfattning om utvecklingen i gruppen och dess kunskapsbildning. Till det fogas också mötesreferat, arbetspapper och vilken information som nu kan tänkas dyka upp.

Min egen roll är i början av projektet att fungera som Jespers assistent i materialinsamlingen. Det är jag som skall åka till Gävle med jämna mellanrum under våren och eventuellt också hösten. Materialet skall jag sedan skicka till Jesper. Allt eftersom projektet fortgått har alltså mer och mer av huvudansvaret blivit mitt eget, varför jag också tagit mig friheten att göra lite hur som helst med de mål som följeprojektsansökan sätter upp då jag inte tror att jättemycket är vunnet med att slaviskt hålla sig till de riktlinjer som ritas upp där.

## Besök på Kulturföreningen Lätting

Första besöket: En början med många trådar

Under arbetet med projektet har man utgått från projektansökans syfte att "öka kunskaperna om reklamens påverkan på ungdomar och på sikt minska antalet ungdomar som hamnar i betalningssvårigheter genom okunskap vid köp", med fokus på "riskerna med vilseledande eller oklar reklam" samt "reklamens inverkan på könsrollerna". Men idén har knappast setts som nödvändigtvis bokstavlig. Det har heller inte funnits någon huvudansvarig med uppgift att se till att projektansökans formuleringar efterlevts. Snarare har idén fungerat som ett flöde som tar alla de olika verksamhetsgrupper som varit inblandade med sig, eller en gemensam uppgift som samlar grupperna och driver dem att arbeta i en gemensam riktning. *Riktning* snarare en mot ett gemensamt *mål* – själva målet "i sig" har inte varit något avgörande utan betraktats som öppet, oartikulerat.

Den första gången jag hälsar på kommer jag tillsammans med Jesper Olesen, den huvudansvarige för det delprojekt inom vilket denna studie utförts. Jag är hans assistent, men detta kommer att vara den enda gången Jesper är med här. Det är vinter år 2002, och även om snön inte fallit hemma i Göteborg ännu ligger flera decimeter här. Jag påminns om att Gävle faktiskt ligger i Norrland. Klockan är nio på morgonen; Jesper och jag har övernattat på Järnvägshotellet precis vid stationen, till vilken vi anlänt kvällen innan, han från København och jag från Göteborg.

Lätting är vid denna tidpunkt inhysta i en lokal i det gamla industriområdet på andra sidan rälsen. Vi nalkas byggnaden som är helt i trä; vid tiden för dess uppförande såg nog brandsäkerhetsbestämmelserna annorlunda ut. Entrén är mycket anspråkslös och det tar faktiskt en liten stund innan vi förstår att det är just en entré som den lilla dörren är. Vi sparkar snön från skorna, kliver in och tas emot av fyra personer som står därinnanför i den låga hallen och väntar på någon. Det visar sig vara oss: "Är ni... forskare?" frågar den unga kvinnan. Vi tillstår att vi är just det, och de leder oss in till ett bord i kaféet som ligger i direkt anslutning till hallen. Kafeterian är låg i tak men har fönster på båda sidor. Allt därinne känns som om det vore gjort i trä. Rummet omfattar i stort sett hela den första våningen. I hörnet finns en trång trappa som leder upp till våningen ovanför. Vi bjuds på kaffe och presenterar oss. Det gör de fyra också.

Kvinnan heter Susanne och är arbetsledare i teatergruppen. Förutom henne är det tre män i olika åldrar. Stefan har tidigare jobbat med reklam. Han leder mediagruppen,

och är den som talar allra mest om projektet när vi fikar. Jonas är fotograf och är således ansvarig för fotografien. Den vi (jag) kommer att samarbeta mest med och träffa oftast under projektets gång är Arvin, som jobbar med video och multimedia. Vi väljer att tala engelska, då viss språkförbistring mellan Jesper (som talar danska) och vissa av oss andra gör kommunikationsklimatet svårframkomligt. Ninni, som är Lättings projektledare, tittar förbi en kort sväng och säger hej. Hon menar att det inte hade varit meningsfullt att det skulle vara hon som tog emot oss, då det först och främst är gruppledarna som jag och Jesper kommer att träffa under samarbetet.

Handledarna, och speciellt Stefan, talar under samtalet mycket om något de kallar "den här *processen*", och när de säger det så nickar jag och Jesper och håller med. Det råder runt fikabordet någon form av konsensus runt att deltagarna i projektet skall genomgå en speciell process, att de skall "medvetandegöras" och bli sådana kritiska förbrukare som omtalas i följeprojektets titel. Projektets titel är ju "Reklamen – påverkar den mig?", en fråga som med "ja" skall komma att besvaras. Men det finns också en större process; den som officiellt påbörjats i och med att projektansökan beviljats med medel från Allmänna arvsfonden, och som kommer att resultera i en utställning och/eller en film (allt enligt projektansökan).

I ett hörn av matsalen står ett litet, provisoriskt byggt rum bestående av tre väggar som tillfogats den fasta vägg som redan fanns där. Arvin och Stefan visar oss den lilla utställningen som finns därinne. Utställningen är början till det som kommer att bli projektets resultat; mestadels information presenterad i affischform, på ett enkelt men effektivt sätt. En svartvit bild av ett par nakna fötter, fotograferade snett bakifrån/uppifrån, tillhörande någon som krälar fram i vad som ser ut att vara en uttorkad leråker. Byxorna smutsiga, lite trasiga. Bilden är upptryckt i A3, i tre upplagor med varsin bildtext. Vad föreställer den? Misär i ett krigshärjat Afghanistan? Eftermiddagsfylla på Hultsfredsfestivalen? Potatisplockning som sommarjobb? Man vill visa att betraktaren av en bild aldrig kan vara säker på vad den ser. Budskapet kan vara dolt någon annanstans, förmodligen där man inte vet att man ser det.

Vi går på en rundtur i huset. Det visar sig spännande nog att detta är det enda sättet att röra sig där – det finns inte en central trappa genom hela huset, såsom det finns i de flesta hus. Istället går man upp en våning i taget, och sedan tar trappan slut och man måste gå runt och leta på den våning man kommit till för att hitta trappan upp till nästa våning. Det är lågt i tak överallt, annars har våningarna sinsemellan helt olika planeringar och planlösningar. Jag tänker, torrt nog, att det är en spännande och kreativ miljö men att brandsäkerheten förmodligen inte är den högsta.

Vid den här tidpunkten finns det några grupper som jag senare kommer att upptäcka har försvunnit. Det finns en grupp som står för produktion teaterrekvisita och scendekor.

En annan slipar stenar och skapar smycken. Gruppernas former och utseende i sig är inte fixerade; tydligen är det så här Lätting arbetar, med tillfälliga sammansättningar som, när de inte längre fylls av intresserade människor, upplöses och ersätts av andra.

Det är i mediegruppen jag finner det största engagemanget för just reklamprojektet. Flera klippbord är översållade av tidningsurklipp på temat. På en anslagstavla sitter en mängd förslag uppsatta, förslag om olika vinklar, frågor och eventuella sökvägar då man tar sig an frågeställningarna i reklamprojektet. Vi blir visade material av olika typer, en pärm med vad som eventuellt kommer att vara viktiga adresser och telefonnummer, en pärm med material nedladdat från nätet; konsumentombudsmannen, kronofogdemyndigheten etc. Stefan visar mig några frågelistor som framställts av två unga tjejer som deltar i projektet. Listorna är tänkta att ställas till mellan- respektive högstadieelever och handlar om reklampåverkan. "Tror du att du påverkas av reklamen?" Frågorna är polemiskt ställda och har ett direkt tilltal till en "du" som verkar vara mer eller mindre medveten om hur den påverkas. Stefan berättar att tjejernas ögon öppnades för området vid projektets början, och tog fram mycket ilska hos dem. Att listorna känns lite oslipade kan ha att göra med att allt är skrivet med viss affekt. Jag blir entusiastisk och vill gärna träffa tjejerna och all deras ilska, men det går tyvärr inte – just nu befinner de sig, berättar Stefan, utomlands i ett av Lättings utbytesprojekt, och man vet inte säkert om de kommer att fortsätta vid Lätting när de kommer tillbaka.

Den jag och Jesper talar mest med är Arvin. Arvin är yngst av handledarna och flera år yngre än jag är. Med sin videoproduktionsgrupp har han en till synes obegränsad mängd idéer och entusiasm. Han talar om reklamfilmer som de gjort manus för (och delvis också redan spelat in); filmer om pseudoprodukter som t.ex. *Snoo*. Snoo-filmen är tänkt att bli en reklamfilm för artificiell snö; Snoo istället för Snow. Arvin berättar om ett flertal sådana idéer för oss, och på eftermiddagen ramlar Jesper och jag mer eller mindre in i ett miniprojekt inom reklamprojektet, ett som vi inte ens visste höll på. Någon visar oss ned i källaren, och vi kommer in i ett rum där en filmkamera monterats upp framför ett lågt bord. På bordet står tre plastmuggar. I dem skall lika många sorters coladrycker hällas. Vi har hamnat i ett blindtest av cola. Vi står tysta som två mycket beskedliga möss i ett hörn och får fascinerat bevittna hur en ung man ställer sig bakom bordet, smakar på innehållet i den första muggen och säger "det är Pepsi". Utan att tveka, sådär bara. Nästa är lika självklar. Det är Coca-Cola. Den tredje blir lite problematisk, då det kan vara nästan vilken som helst av de billigare (och, enligt vår expert, sämre) coladrycker som finns runt. Han tror efter en betänketid på några sekunder att det kanske är XL-cola. Han har haft alla rätt efter en mun av varje, utan att skölja munnen emellan de olika varianterna. Jag talar med honom efteråt; han berättar att han förmodligen druckit Coca-Cola varje dag sedan åtminstone

tio år tillbaka. En besynnerlig kompetens, kan tyckas, men en sådan som fostras i ett konsumtionssamhälle där läskedrycker tillhör livets självklarheter.

Vid detta första besök har alltså redan en mängd trådar tagits upp, från många olika håll och med en mängd infallsvinklar. En mindre utställning har redan påbörjats. Dessutom är två volontärer verksamma på projektet, men deras inriktning/ar har inte riktigt börjat kristalliseras ut ännu. Planerna löper, i enlighet projektansökan, mot ett preliminärt mål i form av en utställning och en film – ett mål som alltså kan komma att formuleras om flera gånger under färden. Det finns planer på t.ex. att ambulera i kommunens skolor med föreställningen och att teatergruppen skall ha liveperformances, både i skolor och ute på stan.

#### Andra besöket: Reklamprojektgruppen

Andra gången jag hälsar på är saker och ting lite annorlunda. Först och främst ligger inte Lätting kvar på samma ställe längre. Man har istället flyttat in i Gävles gamla fängelsebyggnad, som nu renoveras och tas i nytt bruk. När jag anländer har jag talat med Arvin per mobil, och han har lovat att han skall presentera mig för vad som kommit att bli "reklamgruppen" – en verksamhetsgrupp som består av två personer, Kalle och L-O. Det fick alltså bli en speciell temagrupp som behåller fokuset på reklamprojektet. De andra grupperna har delvis rört sig i andra riktningar. Teatergruppen har en föreställning som de för närvarande visar på stadsbiblioteket, mediagruppen har upplösts och ersatts av tidningsgruppen, vilken också inorporerat fotogrupperna. De två arga tjejerna har tyvärr lämnat skutan, så dem får jag inte träffa. Ett videolabb är under uppbyggnad. Och, först och främst, Lätting håller fortfarande på och flyttar, så det råder en viss uppochnedvänd stämning i hela huset, som ju för övrigt inte är färdigrenoverat ännu på några månader.

Arvin själv är runt på planeringsmöten, men hinner hälsa mig välkommen och visa mig upp för trapporna och in i den lilla cellen där Kalle och L-O väntar på mig. Tidningar ligger spridda över bordet, mest livsstilsmagasin som Solo, Café, Veckorevyn, Slitz. De är material i den forskning de bedriver och kommer kanske senare att användas vid slutredovisningen. Vi pratar lite grann innan jag riggar upp min minidiskspelare och börjar intervjun. Det visar sig att reklamgruppen, som den fått heta, fokuserar på ålders- och könsroller i reklamen. Påverkas man? *Hur* påverkas man? Påverkas killar och tjejer på samma sätt? Kalle och L-O har väl genomtänkta svar. Visst påverkas man. De själva också. Men genom att höja medvetenheten om reklamens påverkan, så kan man sänka sin egen mottaglighet för de dolda budskap som finns där. Ju mer man vet från början, desto mindre risk att man blir påverkad av reklamens budskap.

Både Kalle och L-O har börjat på Lätting efter mitt senaste besök, men åtminstone Kalle har varit en del av Lättings volontärprogram och därigenom bott och arbetat en

period i Tyskland. Även om reklamprojektet påbörjats i deras frånvaro, har dock båda två värvats specifikt för detta projekt. Lite av gruppens funktion hitintills har nog fått vara att se till att inte fokus försvinner från reklamen trots att mycket rör sig på Lätting just nu.

L-O har gjort skuldfrågan till sin speciella hjärtefråga – han har samlat all den information om skuldsanering man kan behöva om man någon gång hamnar där. Han tänker ha ett speciellt fokus på just detta område då slutresultatet redovisas, hur det nu blir.

Kalle visar mig en spännande idé som dykt upp. I annonserna finns tydliga instruktioner för hur man skall se ut och föra sig, från att man är mycket liten till det att man närmar sig pensionsåldern. All denna information finns förvisso inte i samma tidningar, men tillsammans bildar annonserna i Frida, Veckorevyn, Solo och Amelia liksom en virtuell värld där de kommersiellt godkända formerna för ett helt kvinnoliv finns representerat. Ett helt kvinnoliv i ett enda nu. Ända fram till pensionsåldern, där representationerna försvinner. (vilket väl också ställer frågan: vad skall man göra när man når den åldern? Försvinna?)

#### Tredje och fjärde besöken: Intervjuer och planeringsmöten

Tredje och fjärde gångerna som jag besöker Lätting har jag båda gångerna känslan av att jag inte riktigt vet vad jag skall göra. Intervju på förmiddan, rökpauser med Kalle och L-O, lunch på en närliggande pizzeria. Eftermiddagen blandade aktiviteter; prata med folk jag får tag på därinne, hänga runt och försöka hitta någonstans som känns betydelsefull för min uppgift utan att vara i vägen för någon. Dessutom vill jag gärna se ut som om jag verkligen håller på med något viktigt och särdeles stringent för att inte min forskarimage skall ta skada. Jag minns Jesper från vårt första besök; så fort vi kom innanför dörren till Lättings gamla lokal så såg han plötsligt oerhört uppmärksam, intelligent och knivskarp ut. Som en hök. Man trodde att ingenting undgick hans blick. Det hela var mycket respektingivande, och jag försöker mig nog på något liknande där jag halvt planlöst driver runt inne på fängelsebyggnaden. Det är inte det lättaste; de flesta är satta i verksamhet i sina respektive grupper, andra är ute och samlar in material till diverse projekt, och handledarna har möten om olika viktiga saker. Det märks att Lätting börjar finna sig i den nya formen, även om denna form är ganska kaotisk; renoveringen håller fortfarande på, det är sågdamm i stort sett i hela fängelset, byggnadsställningar står här och var och många människor är i rörelse. Mitt i fängelsebyggnaden finns det en stor ljusgård, som en gång sträckt sig från källaren ända upp till taket, fyra våningar upp. Idag har några av taken/golven lagts igen, men det finns fortfarande en trappa som går från bottenplanet och ända högst upp, en trappa som förmodligen kommer att utgöra den huvudsakliga transportvägen

mellan våningarna – när den är klar. Men trappan håller också på att renoveras, så man får snällt använda sig av någon av de övriga vägarna från den ena våningen till den andra. Dessutom är inte Lätting de enda som håller på att etablera sig i byggnaden. Ett fängelsemuseum håller på att fås i ordning, och de guidade turerna har redan börjat, i matsalen finns det ett kafé som försöker finna vettiga former för sin tillblivelse.

Det är nu det börjar kännas som om intervjuer kanske inte var det mest lyckade sättet att undersöka denna typ av verksamhet. Redan vid det första tillfället kändes det som om jag, Kalle och J-O egentligen var ganska utbytbara; vilka som helst hade kunnat sitta där, och resultatet skulle ha blivit ungefär detsamma. Samma saker hade blivit sagda och på liknande sätt. Det vi talade om var ju inte våra egna liv, våra egna upplevelser, utan något som skulle finnas utanför våra respektive subjektiva livsvärldar, runt om oss och överallt, ute i det offentliga, i världen därute. Då talade vi också om det på ett sådant sätt; som om det vore frikopplat från oss själva, någon sorts "allas egendom och ingens" om vilken man kan/skall ha en *åsikt*, som just inte behöver ha genererats av någon *erfarenhet*. Effekten blev att vi blev lite grann som nickedockor som satt och rapade upp politiskt korrekta klyschor med vilka vi blivit programmerade, enligt något sorts program som skulle kunna användas att programmera vem som helst med. Nu satt vi där pliktskyldigast och lät oss intervjuas och intervjuas ändå, men känslan av att det var överflödigt fanns nog hos oss alla tre. Men det är svårt att i en sådan situation säga "Äh, vi struntar i det här och går och tar en kopp kaffe istället" – samtidigt *vill* vi nog alla tre visa upp oss för varandra som ena verkligt medvetna killar, könsroller och allt det där, ifrågasättande och kritiska och så vidare. Dessutom fanns det en ojämlikhet i situationen i och med min roll som forskare samt deras som deltagare i en arbetsmarknadspolitisk åtgärd. Mina informanter är inte betydligt yngre än mig själv och inte ett dugg mer korkade, barnsliga eller imbecilla. När vi stod utanför och rökte eller satt inne i kaféet med varsin läsk kunde vi prata som privatpersoner istället, som människor, och då tilläts vi helt plötsligt att vara något annat än det intervjusituationen tillät. Det fanns fortfarande skillnader, såsom det såklart finns mellan alla människor, men skillnaderna blir spännande och roliga istället för förutsägbara, tvingande och hierarkiska. Under intervjun sitter vi och bekräftar varandras roller samt försöker, allihop på våra respektive sätt, fylla ut de stora "ung medveten man"-skorna. Att bryta upp denna ömsesidigt bekräftande situation skulle kunna implicera att man inte klarar av den, att man inte är just medveten och kritisk och allt det där. Jag vill dessutom gärna ha en viss trovärdighet som forskare och Kalle och J-O vill visa att de är rätt personer till den uppgift som de tagit sig an och som "jag" är där för att undersöka.

Första gången funkade väl intervjusituationen någorlunda, vi kunde – åtminstone tillfälligtvis – godkänna och tro på de villkor den ställde upp för oss, vi kunde sitta där och hosta upp sanning efter annan som vi läst i tidningar, undersökningar, sett på

TV eller tillgodogjort oss genom lärda böcker. Andra gången kändes det mer larvigt eftersom ungefär samma saker blev sagda. Dessutom hade vi då träffats så pass mycket att vi inte längre riktigt trodde på maktdistributionen – det började kännas fel att jag skulle sitta där och ställa frågor som Kalle och J-O artigt skulle besvara. Vid den tredje intervjun kändes det så absurt att inte bandspelaren var på mycket längre än femton, tjugo minuter. Samma sak kan liksom bara upprepas ett visst antal gånger utan att börja kännas väldigt blekt och genomskinligt. Inte så att vi inte trodde på det vi sade – på åsiktsplanet förändrades inte mycket, och vi hade nog alla tre ungefär samma idéer före som efter. Det meningslösa blev istället känslan av att sitta och upprepa och bekräfta dessa åsikter hos oss själva och varandra, och dessutom upprepa och bekräfta de maktpositioner som situationen föreskriver åt våra respektive personer. Exakt vilken min uppgift är, vad jag skall "komma fram till" genom intervjuerna och vad jag skall göra med det, vet inte Kalle och J-O utan kan bara ana sig till. Men det vet ju i själva verket inte jag heller – nu har jag så pass mycket erfarenhet som etnograf att jag faktiskt inte längre utgår från att intervjuer i sig självklart ger något användbart material. Det finns i intervjusituationen ett antagande som kan tolkas antingen som om informanterna har något som intervjuaren är intresserad av och vill åt, eller som att intervjuaren skall kolla om informanterna är fullgoda sådana, ett sorts läxförhör i konsten av informantskap. Hur man än vänder på frågan så kan rollfördelningen komma att funka bra så länge folk får tala om sina egna liv. Men när man känner att samtalsmaterialet faktiskt är uttömligt och att det intressanta, som i detta fall, skall komma någon annan stans ifrån – i detta fall, en förmodad "process" i informantens kunskapsbildning – hamnar tyngdpunkten någon annanstans och maktfördelningen får en alltmer hierarkisk slagsida. Detta tror jag är vad som hände mig, L-O och Kalle, och ingen av oss hade vare sig någon vilja att godkänna dessa villkor eller förmåga att formulera om frågor och svar och därmed koppla ihop konstellationen på annat sätt. "Processen" visar sig alltså vara inte fullt så linjär som väntat, eller så kanske det är så att den inte utspelar sig precis där man trodde.

Mitt tredje besök på Lätting skedde under jobbiga former. En matförgiftning (tror jag att det var; hotellet jag bodde på serverade en horribel minestrone-soppa som jag vid min ankomst kl. 22 på kvällen slafsade i mig trots att den då varmhållits i över tre timmar. Det kan förstås ha varit influensa också, men jag tror inte det.) kastade sin mörka skugga över hela besöket, vilket kan ha inverkat på min aktivitetsgrad. Under det fjärde besöket klarar jag mig (och därmed även kulturföreningen Lätting, sig) undan dylika förmörkelser, och jag fick gjort ytterligare lite saker. Jag var först med på ett av föreningens planeringsmöten och fick senare en kortare intervju med Stefan och Arvin.

Jag upptäcker dock en rörelse i hela kulturföreningens verksamhet mellan det tredje och den fjärde besöket; det verkar som om, dels de respektive grupperna konvergerar mot den gemensamma uppgiften; utställningen, och dels som om de respektive



individerna i grupperna också gör det. Även om mitt ömkliga tillstånd under det tredje besöket kunde fått mig att uppfatta saker som mer kaotiska än vad de egentligen var, så är min uppfattning att gruppernas kontakt med varandra ökat under det fjärde besöket. Det kan ha att göra med att man nu har bestämt sig för en deadline för utställningen, en deadline som är satt till några veckor in i framtiden. Plats är också bestämd; det verkar som om det blir lite för mycket material för att man skall kunna turnera runt med det i olika skolor, så man har bestämt sig för att ha det i den egna fastigheten istället, nämligen i fångarnas gamla gymnastiksal, som är byggnadens största öppna yta. Nu måste man finna gemensamma former för sina ansträngningar, hur skilda dessa än må ha tätt sig under insamlandet. Mötena har blivit mer frekventa. Oftast är det handledarna som är med på mötena, och arbetet går mer och mer mot att rent praktiskt fördela uppgifterna inför utställningen bland de grupper som kommit att bli de inblandade. Dessa grupper utgörs av teatergruppen och teaterverkstaden, som förutom mycket av det rent praktiska – att bygga väggar, att ställa iordning utställningssalen – också har producerat sin film färdigt; den internationella gruppen, som samlat material främst om multinationella storföretag, men även om barns mottaglighet inför reklam; mediagruppen, vars inblandning jag inte riktigt är säker på, också reklamgruppen, som främst arbetat med frågor som angår skuldsättningsproblematik och könsroller.

Då jag deltar i ett möte runt den anstundande utställningen tänker jag att det kanske hade varit smartare att koncentrera mig på dessa verksamheter istället för på upprepade intervjuer. Det är här processen blir synlig och dynamiken finns. Inte för att det finns några meningar eller åsikter om reklam här vars utveckling jag borde ha varit med och kartlagt, utan snarare just på grund av frånvaron av sådana meningar eller åsikter. Jag tror att de flesta i av de sju (eller åtta, mig inkluderad) som närvarar är av ungefär samma åsikt vad reklampåverkan beträffar. Men det som diskuteras är inte detta; snarare så är det här som översättningarna blir synliga. Det är här som arbetet med byggandet av själva utställningen dryftas, vad som skall tas med och vad som skall utslutas, hur planlösningarna i rummet skall se ut, vad som är möjligt att göra och vad som är omöjligt; det som finns i de mellanrum som är utställningens eget blivande.

Med därinne finns, förutom mig själv, samtliga handledare och två deltagare, Kalle från reklamgruppen och Sylvia från den internationella gruppen. Mötet har ingen ledare. Susanne fungerar som informell ordförande och fördelar ordet då det behövs, men på ett sätt så otvunget att det inte känns för högtidligt att säga något. (Arvin bekräftar senare att det är så det brukar funka; ingen bestämmer, men Susanne får/tar rollen att fördela ordet.) Man visar vad man gjort sedan det senaste mötet, känner på det från olika håll; vad skall vi göra med de citat vi laddat ned från konsumentombudsmannens hemsida? Passar de på nåt sätt in i utställningen? Kan de t.ex. utformas som slogans, som skulle kunna användas under något av de teman vi kommer

att använda? Eller funkar de ihop med filmen? Sylvia har gjort en teknisk plan över "overloadrummet" och företagsrummet, två av de olika specifika rum man planerat inför utställningen. Byggmaterial, fog- och fästmaterial, kartong och plywood till montrarna, elektronik, kablar och sladdar... Hon visar material hon gjort tillsammans med barn: hon har först gjort en sida med ett antal okommenterade logotyper av olika slag på, sådana som förekommer här och var och överallt. Mercedesloggan, Disneyloggan, socialdemokraternas ros, judendomens davidsstjärna, osv. Barnen har fått skriva vad de tror att det är eller fritt associera från det. Sedan också en sida med motsvarande namn på företag och institutioner, men utan loggor, och där har barnen istället fått rita loggorna. Sylvia visar att alla barn som gjort sidan har klarat McDonald's – kristendomens kors hade kanske hälften klarat. Ytterligare ett prov på de kompetenser som fostras i ett konsumtionssamhälle. Diskussionen går vidare; vad skall vi göra väggarna och taken till utställningen av? Vem skall bygga dem? Har vi en plan över rummet klar, så att vi vet hur mycket vi behöver? Vem designar dem? Förslag läggs fram på tidsplan och arbetsdelning fram till deadlinedatum.

Sist denna dag har jag bokat ett möte med Arvin och Stefan i ett konferensrum. Jag har sagt till dem att jag vill samla ihop några trådar och uppdatera mig om några av idéerna utifrån vilket man jobbar, och att få deras syn på projektets utveckling fram till idag. Arvin berättar om tanken bakom mötesformen; att samordna hela projektet, men undvika att gå in i grupperna och styra. Stefan tar vid och påpekar vikten av att låta var och en av grupperna få utveckla sin egen individualitet. Stefan nämner återigen ordet "process" vid flera tillfällen, och jag börjar ana att dessa processer kanske avsetts fullt så determinerade som jag först fått intrycket av. Då jag vid vårt första möte hört ordet som om det skulle påvisa ett specifikt förlopp hos var och en av de deltagande, från oskuldsfull omedvetenhet (dvs. stor påverkbarhet) till kritisk medvetenhet (dvs. stor motståndskraft), så hör jag det nu snarare som om det skulle handla om de respektive gruppernas olika vägar mot utställningen.

#### Femte besöket: Utställningen

Nästa gång jag hälsar på Lätting har det bara gått några veckor. Det är ett kortare intervall än vad jag haft innan, vilket har en orsak. Det är att utställningen har blivit färdig och visas nu för inbjudna gäster. Allt är byggt, allt är i ordning och två besök finns inbokade denna dag. Det är två gymnasieklasser, en från det individuella programmet och en från det samhällsvetenskapliga. L-O tar med mig på en tur genom utställningslokalen.

Utställningen består av fem rum, som haft arbetsnamnen overloadrummet, biograf-rummet, könsrummet, företagsrummet och skuldrummet. De är förbundna med varandra på ett sådant sätt att de bildar en bana; från overloadrummet kommer man

till biorummet, från vilket man kommer till könsrummet, osv. Väggarna mellan rummen är kanske tre meter höga. Taket i salen är betydligt högre, vilket ger en känsla av rymd då takbelysningen är släckt. Alla rummen innehåller, visar det sig, både tryckt information och någon form av aktivitet eller multimediekomponent. Man skall som åskådare inte bara titta på. Man skall delta också.

Från hallen intill overloadrummet kommer man via en ljussluss av svarta skynken, som skapar känslan av att man verkligen gör ett byte av en tillvaro till en annan. Overloadrummet är en långsmal gång där väggarna översållats av reklambudskap ur tidningar, broschyrer, alla möjliga typer av media, några TV-apparater flimrar fram reklamfilmer man känner igen eller inte känner igen, reklam projiceras på en stor duk man måste passera för att ta sig vidare. Rummet funkar som en påminnelse om hur genomsvartad vår vardag är av dessa budskap till oss, men genom sin mängd och intensitet driver de dem ett steg längre; det är så mycket att man plötsligt blir medveten om att man inte kan ta in dem alla, att det är svårt att ens singulera ut ett enda ur bruset. Sällar vi verkligen bort alla dessa budskap? Eller påverkas vi ändå, utan att vi märker det?

Nästa rum, biografen, har inga budskap. Det är tänkt att tas i bruk först när åskådarna vimlat runt en stund inne i utställningslokalen. Istället går man in i könsrummet, som har desto fler. Här finns budskap som producerats av Lättingsmedlemmarna blandat med reklammaterial – bilder, annonser, helsidesreklam ur diverse livsstilsmagasin. En vägg pryds av en snabb men effektiv historik över reklamens korta historia. I ett hörn en bit upp på väggen har man satt upp en monter i form av en liten låda utan front. Därinne står en Action Man-docka och en Barbiedocka. Detta får sitt förtydligande senare.

Företagsrummet innehåller samtliga de teckningar och logoassociationer Sylvia låtit barn göra. Vissa av dem är förstorade. Det finns även en blädderbar väggfast broschyr (i den ungefärliga storleken 75x50 cm) med information om några av de största multinationella företag som lanserar sig som bärare av ungdomskultur – Nike, H&M, Coca-Cola Company. Det är information om var de tillverkar sina produkter, vem som gör det, under vilka förhållanden. Det är skakande läsning. Data om skogsavverkning varvas med citat av arbetare från tredje världen. Rummet innehåller också en världskarta med markeringar där företagen har sina fabriker, sköter produktionen av de varor som sedan skeppas tillbaka till världssystemets ekonomiska centrum för dyr avyttring.

Skuldrummet är det sista rummet. Här finns det information om hur man undviker att skuldsätta sig, men först och främst om hur man gör när man redan har gjort det. På väggarna finns affischer med text och loggor; konsumentombudsmannen, kronofogdemyndigheten, familjeslantens, hur jag tar kontakt med dessa myndigheter,

vad de kan göra för mig. En film visas på en stor TV-skärm mitt i rummet. Den handlar om, just, skuldsättning.

Jag passar på att delta i vimlandet då den första gymnasieklassen kommer in. Det travas runt, tittas på affischer och videos under viss blyg tystnad. Även om det hela tiden finns bakgrundsljud (i form av musiken och ljuden från reklamfilmerna som visas i overloadrummet) så är det inte helt otvunget, och de flesta går omkring i små kompisgrupper som samlas runt affischer och TV-apparater. Efter en stund så händer nånting; Action Man och Barbie, i naturlig storlek och levande livet, dyker upp någonstans ifrån och börjar gå runt och besvära de först avvaktande och generat fnittrande, sedan mer oblyga och aktiva utställningsbesökarna. Barbie och Action Man har förstås fått sina köttsliga inkarnationer genom två skådespelare från teatergruppen. De ger inte sina två roller något vidare mänskliga egenskaper; först står de bara stilla, som två skyltdockor. Då de börjar röra på sig är det sedan inte någon speciellt elastisk aktivitet de förlänas; istället rör de sig som man kan tänka sig att Barbie och Action Man faktiskt skulle göra om de, med sina kroppars högst begränsade rörelseapparatur ifråga om ledning och vighet, plötsligt hade möjligheten att röra sig utan assistans. Jag kommer att tänka på robotdansen, denna spin-off av electric boogie som aldrig blev sådär särdeles stor efter att den dök upp på 80-talet. Fast Barbie och Action Man rör sig både stelare och långsammare. Först är utställningsbesökarna lite rädda för dem. Efter en stund, då Action Man varit framme och puffat och knuffat på en och annan av dem – allt med samma glasartat stirrande, stint framåtriktade blick – så lossnar det och besökarna börjar skratta och leka med dem. Populärast verkar vara att få dem att begå osedligheter med varandra. Få Action Man att ta Barbie på bröstet, och så vidare. (Senare forskning har visat att den grandiosa oberördhet under vilken skådespelarna bakom Barbie och Action Man lät dessa osedligheter fortgå hade att göra med att de, som privatpersoner, faktiskt var ihop.)

Sedan bänkar alla sig framför filmduken i biografrummet, och vi tittar på den film som producerats av teatergruppen. Den är inte så lång, kanske en kvart, och har formen av spelfilm. Skådespelarna kommer ur teatergruppen. Filmen handlar om en flicka som får ett betalkort i födelsedagspresent. Vi får följa med henne ut och shoppa, vilket hon glatt och gärna gör, utrustad med den nya frihet som ett betalkort kan ge. Hon blir förstås skuldsatt, och i slutet av filmen ges vi en fingervisning om vem som gärna hjälper den som shoppat alltför frivolt; Kronofogdemyndigheten. Efter filmen blir det helgruppsdiskussion, ledd av Susanne. Diskussionen blir inte sådär jättevild, eleverna håller sig lite på sin kant.

Som sista station får man ta en extra titt på utställningen, om några nya frågor dykt upp under diskussionen som man gärna vill veta något om eller så. Man kan även

göra Cola-blindtestet själv, all nödvändig utrustning (bord, muggar, fyra colsorter, domare) finns i Overloadrummet, där också Colablindtestfilmen – vars produktion jag delvis åsett! – visas.

Nästa grupp som ser utställningen kommer från samhällsvetenskapliga programmet. Allvarliga unga som går runt och tittar kritiskt på allt som finns därinne. Vissa ser glada och intresserade ut, men en liten grupp stannar framför en affisch med ett citat på engelska. Är inte det där en felstavning? Vad står det där... yoy? Vad betyder det? De diskuterar huruvida det skall stå "you" eller "joy" och bestämmer sig för att "joy" nog passar bäst in. (Vilket är fel. Jag noterar att jag själv faktiskt blir lite sur för att de liksom väljer att missförstå, som om en felstavning vore bortom deras förmåga att förlåta för att kunna sätta sig över. Om det nu är viktigare att veta hur saker och ting stavas än att förstå vad det står, så varsågod.)

Denna grupp är ivrigare vid diskussionen. Uppenbarligen har de talat om ämnet tidigare. Flera personer räcker upp händer och håller långa anföranden, insiktsfulla som bara den. Jag noterar att deras lärare allt som oftast ler stolt, och hör honom efteråt säga till Susanne att "ja, den här klassen har koll, kan du tro".

En ung man ger sig på colatestet. Han fixar Coca-Cola men tar sedan fel, vilket gör honom missnöjd. Han hade uppenbarligen tänkt sig att triumfera.

Jag tänker efteråt att det kanske hade varit ännu bättre att visa filmen antingen allra först eller allra sist, så att man fick gå direkt från Action Man och Barbie till diskussion. Den eventuella flamsigheten kanske skulle kunna vägas upp av att man just aktiverats och liksom är lite varm i kläderna, och filmen kanske snarare lade locket på än att öppna upp för goda diskussioner. Själv tänkte jag när jag såg filmen att det nog var första gången jag sett en film av och för ungdomar där kronofogdemyndigheten representerar världens goda, vännen i nöden och den som räddar en då man sitter i ekonomiskt trångmål (istället för tvärtom). Inget fel i detta, förstås – snarare önskar jag att produktionsgruppen lagt ännu större vikt vid att visa att kronofogden faktiskt är snäll och inte vill mig nåt ont. För jag märker att jag ändå tror på filmen – den har inte mycket av det moraliserande tonfall som en sådan produktion skulle kunna ha, vilket måste vara viktigt om det skall kunna finnas någon form av jämlikhet i utbytet. Syftet med hela projektet var ju att låta ungdomar sprida den information de tycker är adekvat om ett angeläget ämne till andra ungdomar, och jag betvivlar att det skulle känts trovärdigt om produktionerna haft ett tilltal uppifrån. Dessvärre kunde jag ju, som i situationen där eleverna diskuterade felstavningen på affischen, också konstatera att trovärdigheten funkar dåligt också om tilltalet upplevs som om det kommer nedifrån.

### Sista besöket: Efter sommaren

Några månader har gått sedan vad jag hade tänkt skulle bli mitt sista besök. Intervjuer är gjorda, utställningen klar och filmen visad, jag har vart med överallt och träffat alla. Ändå känner jag mig inte färdig. Jag bestämmer mig för att åka till Gävle ännu en gång och se om jag kan hitta något som kan göra det klarare för mig hur jag skall angripa min uppgift. Jag måste ju på något sätt ändra min vinkel, nu när det inte blev den där processen som ju hade varit så välkommen. När jag tar kontakt med Arvin ännu en gång säger han att, jovisst kan jag komma, men reklamprojektet är ju färdigt och avvecklat och filmen är det enda som egentligen finns kvar, Kalle har slutat på Lätting och Arvin själv är numera handledare i den nyinrättade TV-gruppen där L-O är med.

Detta sista besök blir för min del det mest avspända. Då mitt arbete egentligen är (=skall vara) "klart" så kan jag bara gå omkring och heja på folk jag numera känner lite grann, kolla in vad folk gör, ta tag i den som ser ut att ha lite tid för mig, ta en fika i kaféet eller bara hänga runt. Jag känner ingen press att se sådär forskarmässigt klyftig ut den här gången. Det måste betyda något bra.

Arvin har lite tid för mig då jag kommer på morgonen. Han tar med mig runt i fängelset, visar mig de nya verksamheterna som efterträtt reklamprojektet. Sedan bjuder han mig på en fika i kaféet, som nu fått riktigt hyfsat kaffe och faktiskt ganska så schyssta kakor (av vilket jag är en stor vän). Vi pratar om vad som hänt sedan sist. Arvin berättar att reguljära TV-sändningar kommit igång, att LTV (Lätting Television) sänder varannan vecka och att deras produktionstid för ett program således är de två veckorna som hinner gå mellan programmen. Man har också visat reklamfilmen, den med kronofogden som de fattigas ridderliga behjälpare. Annars verkar mycket av verksamheten just nu rikta sig antingen mot barn (teatergruppen har ett projekt med "upplevelseceller" som heter "Du blir vad du äter", tidningsgruppen har börjat göra en tidning som riktar sig speciellt till barn).

Jag tycker att det är kul att L-O fortfarande är kvar. Efter fikan tar jag och han en cigg på trappen utanför. Först talar vi om snabbmat, sedan om kryddor, till slut om reklamprojektet. Han visar mig sedan uppe i TV-gruppens rum lite filmat material från utställningen. Tydligt håller Arvin på att sätta ihop en film av resterande material, men detta material har han hemma hos sig, så det får jag inte se. Arvin ansluter sig till lunch och vi pratar vidare över en dagens hos en asiat några kvarter därifrån. Eftermiddagen består för min del i att jag driver runt inne på det gamla fängelset, inspekterar resultatet av den nu nästan färdiga renoveringen, hälsar på de jag känner, tar en kaffe med någon, pratar med folk i fikarummet, pratar lite om reklamprojektet och var de som var inblandade men inte är kvar tagit vägen. Susanne dyker plötsligt

upp. Hon har varit nere på stadsbiblioteket och gjort någonting, i anslutning till något av hennes eller teatergruppens olika projekt. Vi tar en cigg på trappen. Hon berättar att skärmarna från utställningen faktiskt visst finns kvar och kan sättas upp om det skulle behövas även om väggarna numera var ramponerade, men att Lätting gått vidare från reklamprojektet. Då utställningen blev så pass stor att den inte kunde ambulera i skolorna ströks också planerna att åka runt med den och ha liveperformances på temat, vilket skulle känts ganska lamt utan utställningen. Till slut sitter jag ensam en stund på en stol mitt på Ljusgården och för lite anteckningar över vad dagen gett, samlar ihop lite trådar och kollar på vad jag fått reda på om projektet som jag inte lyckats komma åt innan. Bandspelaren har varit med men inte på en enda gång under dagen, och konstigt nog känner jag mig ganska nöjd med det.

Först nu inser jag att det funnits konflikter under uppbyggnaden mot utställningen. Detta är konflikter som spelats upp på samordningsmötena, men också funnits i andra sammanhang, som resultat av bristande kommunikation eller för sent kommen dito. Kanske har jag till viss del också missbedömt den öppenhet jag sett in i det entusiastiska möte jag deltog i – i varje sådant möte mellan personer finns ju alltid de som har lätt för att hävda sig själv och sina idéer, liksom det finns de som dröjer längre med det och tar/får en mer nedtonad position. Sylvia från den internationella gruppen, t.ex., hade jag uppfattat som en mycket driven person, ganska fåordig men uppbärande stor respekt hos de övriga. Jag fattade att hon i viss mån körde sitt eget race och hade egna intressen som var det som hon lade mest tid med, men även att hon var slängd i teknik och administration, dvs. själva produktionsarbetet till utställningen som helhet. Vad jag missat var att det fanns meningsskiljaktigheter mellan henne och den övriga gruppen angående projektets själva inriktning. Då diskussionerna ända från början gällt reklamens påverkan på individen hade Sylvia velat fortsätta ett steg ifrån individen och iaktta de politiska återverkningarna av livsstilskonsumtionen. Lätting ville: vi påverkas (av reklamen; påverkas i riktning mot osunda ideal, påverkas att tro att vi måste ha den ena eller andra konsumtionsvaran, påverkas att slänga ut våra surt förvärvade pengar). Sylvia ville: vi *påverkar* (till följd av reklamen; påverkar världen, ekonomin, påverkar asymmetrin i det rådande världssystemet). Detta fick ju nu ett ganska tydligt uttryck på utställningen ändå, men hade redan från början varit mot projektets uttalade syfte. Något som däremot inte gavs plats var en av de andra förslag hon haft och velat driva; temat "Kött är mord". De andra deltagarna tyckte att detta låg för långt ifrån projektets målsättning och skulle dessutom kunna uppfattas som att ställa väl höga moraliska krav på utställningsbesökarna. Blir man alltför hårt angripen, som t.ex. köttätare, så hamnar man i försvarsposition, ungefär. Och en publik i försvarsposition är en svår uppförsbacke att jobba i. En annan stötesten hade varit själva urvalet till utställningen, som slutligen kommit att göras av teatergruppen i och med att det fallit på deras lott att bygga den och sätta upp den. Det hade där uppstått diskrepanser mellan vad t.ex. reklamgruppen



själv hade velat ha där och vad som faktiskt hamnade där, blandat med vissa rena missförstånd – t.ex. hade en bild ur ett utvik från grabblaskan Slitz fått hamna som exempel på livsstilsreklam bland bilder tagna direkt ur tidningsannonser.

Den allmänna känslan på Lätting verkar såhär några månader efteråt var att reklamprojektet tagits emot ganska väl den tid utställningen visats upp (i två veckor, med ett ungefärligt medel av en gång om dagen), men att man nu var någon annans. De flesta besökare hade uttryckt sig positivt, men en lärare hade tyckt att det var för stor tyngdpunkt på reklamen och det politiska, men alldeles för lite på skuldproblematiken. Susanne berättade att hon hade tyckt sig märka att de lärare som nappat och kommit med sina klasser (först här fick jag en hint om att man gått via läraren då man salufört sig, eller åtminstone att läraren fått ha sista ordet) var sådana som haft med Lätting att göra tidigare. Vilket ju kändes positivt, men vad som känns mera tråkigt är väl att så pass få lärare hade ville pröva på något nytt. I övrigt hade Barbie och Action Man funkade ganska bra. Action Man var populär, främst bland killarna. För Barbie verkade de flesta ha blivit lite rädda, både killar och tjejer, och jag minns själv med en viss rysning hur övertygande skådespelerskan bakom Barbie faktiskt varit. Jag hade själv haft svårt att avgöra om det var en person eller faktiskt en välgjord skyltdocka, i alla fall tills hon började röra på sig, och då blev det liksom bara ännu mer skrämmande än innan.

Det behövdes alltså lite distans till hela projektet för att jag skulle få släppas in i de mer laddade sammanhangen, såväl distans i tid som distans i engagemang. Då jag går tillbaka till projektskissen, som jag knappt läst sedan projektets början, ser jag att man faktiskt till punkt och pricka uppfyllt de idéer som formuleras där; produktion av utställning och film, ungdomar sprida information till andra ungdomar om angeläget ämne. Någonstans inuti mig växer nu känslan av att ha fokuserat på fel sak, och då jag återigen läser igenom den projektansökan genom vilken mitt följeprojekt beviljats upptäcker jag vad som kan ha hjälpt mig till detta. Fokuset på djupintervjuer med ett antal speciellt utvalda kontaktpersoner finns ju faktiskt uttryckligen formulerat där, och jag antar att mina kontaktpersoner på Lätting tagit del av även denna offentliga handling och utgått från den då de designat projektets utformning gentemot mitt och Jespers följeprojekt. Då de bestämt sig för att ha en specifik reklamgrupp med särskild inriktning på projektet måste detta tätt sig som en ideal lösning; dels finns det två personer som inte släpper projektet ur sikte heller under en rörig flytt av hela verksamheten, dels kan dessa två utgöra min kontaktyta mot Lätting då det kanske skulle vara svårare att samordna om jag hade haft kontakt med någon ur t.ex. teatergruppen, som ju är runt och far på alla möjliga föreställningar och uppträdanden runt om i kommunen. För min del blev ju tyvärr en del av resultatet att intervjuerna hölls samtidigt som handledarna hade planeringsmöten, och att jag således (säkert ofrivilligt från handledarnas sida) uteslöts från dessa och andra sammanhang som



kunde varit relevanta för min undersökning. Jag sökte så att säga ett djup i mina informanter, då det jag sökte kanske inte fanns just där utan snarare på den plana yta som de hade gemensam med de andra deltagarna och handledarna. Kom ihåg till nästa projekt, jag själv: Sök på ytan, inte på djupet.

## Verklighetsförståelser

### Så hur söker man på ytan? Och vad "är" ytan?

Då jag nu i efterhand betraktar mitt material blir det alltså tydligt att det har uppstått en mängd nya frågor, sådana som rör såväl metod som material, och som verkar peka på det som konstruerar deras relation till varandra, nämligen frågan: "Med vilken teoretisk förståelse har jag greppat fältet?" vilken kopplar direkt vidare till frågan: "Vilken teoretisk förståelse hade varit lämplig i konstruktionen av fältet?". Jag har funderat på dessa frågor dels för att komma vidare med mitt material, dels för att ha en idé om hur jag skulle kunna lägga upp framtida undersökningar. De frågor som vid denna punkt i skrivandet leder in mot dessa områden berör först och främst intervjun som metod, och kanske kan sammanfattas i frågan: "Vilken typ av information kan intervjuer egentligen ge?"

Inom fysiken finns det en klassisk dualism, mycket gammal, som har varit svår att överbygga: är verkligheten bäst betraktad som molekyler eller som vågrörelser? Grovt förenklat kan man sammanfatta den så här:

Ser vi verkligheten som bestående av interagerande molekyler blir den tidliga dimensionen svår att fatta. Ser vi den däremot som vågrörelser så följer vi snarare med denna tidliga dimension, men då blir det i stället svårt att se molekylerna; de byter form, funktion och plats på sätt som gör det svårt att tala om dem som sammanhängande enheter i verkligheten. Och detta är en dualism som har varit svår att överbygga – den ligger centralt i hela vårt tänkande. Ser vi flödena så ser vi inte punkterna. Ser vi punkterna så ser vi inte flödena. Hur finner man en nivå där verkligheten inte behöver vara antingen bara rumsliga, odelbara enheter (atomer) eller bara tidliga, morfande förlopp?

Så, vilket kommer först då en kultur- eller samhällsvetare betraktar verkligheten? Det sociala eller det individuella? Är kanske humanismens antagande att "alla människor i grunden är lika" är ett sätt att, via en sorts universalism, klara sig undan denna dualism?

Jag tror inte riktigt att man gör det. Man kan i våra respektive vetenskaper urskilja två sätt att förhålla sig till dessa frågor, två olika sätt som dock finns närvarande i såväl samhälls- som humanvetenskaper. Det första av dessa perspektiv vill jag i detta sammanhang kalla för humanistiskt eller interaktionistiskt, det andra för strukturalistiskt eller diskursanalytiskt. Båda dessa linjer förekommer i en mängd olika varianter, och det har även gjorts många försök att blanda dem, något som dock ofta visar sig svårt då deras ontologiska utgångspunkter är mycket svåra att göra kompatibla.<sup>2</sup>

Det humanistiska subjektet är mer eller mindre medvetet och handlar rationellt, utifrån sitt eget bästa eller åtminstone vad som uppfattas som det bästa för den egna gruppen eller personen. Även om man alltid är situerad i sin kunskap, dvs. ser den från en speciell plats, så är detta ett subjekt en från världen fristående individ som via interaktion med sin omvärld har kraft att förändra denna värld. Individerna har sina egna respektive historier och sina egna djup.<sup>3</sup>

Det strukturalistiska subjektet däremot är sekundärt gentemot de betydelseordningar som tillfälligtvis dominerar det sociala fält på vilket hon vistas. Dessa betydelseordningar är vad som kallas diskurser: Diskursen kan tänkas som ett nätverk av positioner där allt är rörligt och hela tiden finns på ytan. Den kunskap som konstitueras av diskursen har egentligen ingenting med den värld till vilken den utger sig för att referera till att göra; diskursen, kunskapssystemet, är i sig frikopplat från världen. De meningar som uppstår i diskursen relateras hela tiden till hur andra meningar positionerar sig och förändras således då de förändras. Det strukturalistiska subjektet upplever hela tiden världen genom diskurserna; diskursen blir så att säga subjektets gränssnitt mot verkligheten. Då många diskurser ständigt finns närvarande och konkurrerar om tolkningsföreträde, så är således subjektet decenterat: det utgår inte, såsom det humanistiska subjektet, från ett inre sammanhängande jag, utan uppstår snarare som en effekt av diskursernas glidande över varandra. Det är aldrig sammanhängande utan splittrat, hängande i sprickan mellan de olika sanningsanspråken. För diskursen är inte sann, eller den *är sin egen sanning*. Dock *lever vi den som om den vore sann*: vi "repeterar" den<sup>4</sup>. I och med detta uppstår i stället *sanningseffekter*. Ju mer diskursen repeteras, desto "sannare" blir den.

I det humanistiska perspektivet blir problemet något som har med transcendenten att göra. Om något så att säga "finns före diskursen" – vad skulle då det vara? Vad är det "inre" som alla människor har gemensamt, och hur kommer det sig att människan uppfattar sig som om hon "står utanför" resten av skapelsen? Att varje människa skulle vara fristående, med ett artikulerat inre, implicerar också en syn på kommunikation där detta inre är vad som kommuniceras, dvs. förs över från en individ till en annan. På vägen mellan "sändare" och "mottagare" kan störningar uppstå och missuppfattningar förvrida budskapet. Subjekten är atomer – odelbara enheter som genom (bland annat) verbal kommunikation interagerar med varandra. Man kanske skulle kunna tala om diskurser också utifrån en humanistisk horisont, men här blir perspektivet ett där diskurserna har en *kommunikativ funktion* – det medvetna subjektet använder en speciell diskursivt formulerad artikulation för att ett annat, likaledes medvetet, subjekt skall förstå eller påverkas. Även om man skulle kunna tala om betydelseordningar här också, så blir detta ett perspektiv som säger: Utan människorna skulle inte diskurserna finnas.<sup>5</sup>

Det strukturalistiska perspektivet är genuint anti- eller posthumanistiskt. Jag uppfattar det som problematiskt att strukturalismen ger det rent språkliga ett företräde framför alla andra register – fysiska, det biologiska, det psykologiska. Även om det diskursiva griper in i och formar om dessa sfärer finns det ingen anledning att anta att språket är det som är den "riktiga" verkligheten, har företräden över alla andra register. En effekt av detta är även att kommunikationen får en annan funktion hos strukturalismen än hos humanismen. För strukturalismens decentrerade subjekt är inte sådana som kommunicerar – de är istället de som reproducerar diskurserna, vilka är flöden som glider fram och tar allting annat med sig. Subjekten uppstår alltså i diskurserna, man kunde säga: Om inte diskurserna fanns, så skulle inte människorna finnas.<sup>6</sup>

Det ironiska är att diskursanalysen blir precis lika antropocentrisk som humanismen – den sätter människan, eller åtminstone de meningar människan re/producerar, som centrum i världen. Dessa tillfälliga meningar har kraft att bestämma – "konstituera" – denna värld, även om detta sker genom en dubbel rörelse där subjektet så att säga "lurar sig själv" att tro att det är sammanhållet och enhetligt. Världens centrum finns alltså fortfarande närvarande i människans sfär, men inte i form av ett inre medvetande utan av ett yttre diskursivt flöde.

Så vad innebär detta för intervjun som metod i ett fältarbete? Hur betraktas den information man får genom intervjun betraktad utifrån dels ett humanistiskt, dels ett strukturalistiskt perspektiv?

Humanismen skulle gärna betrakta mig, Kalle och L-O som rationella personer som satt och upprepade sådant vi visste att man skall säga för att det på ena eller andra sättet skulle komma att ge oss fördelar på andra arenor. Kalle och L-O ville visa för mig, sig själva och Kulturföreningen Lätting att de var värdiga uppgiften de ålagts/tagit på sig. Jag själv ville visa för mig själv, Kalle och J-O, projektledningen och mina handledare att *jag* var värdig den uppgift *jag* blivit ålagd/tagit på mig. Vi är alla väljande individer. Humanistisk teori skulle alltså kunna se intervjuerna som uttryck för kommunikation mellan väljande subjekt, och som ett fönster mot något inre – något inre hos deltagarna i intervjun, något inre i den individ eller organism Kulturföreningen Lätting utgör.

Strukturalistisk teori skulle då snarare se intervjuerna som exempel på eller fallstudier av hur diskurser artikuleras om, hur knutarna i det nätverk av meningar som diskursen utgör knyts upp och knyts ihop på nya sätt i sitt kontinuerliga omstrukturerande av det sociala<sup>7</sup>. Min, Kalles och L-O:s obekväma känsla<sup>8</sup> skulle kanske ha att göra med decentrering: som individer vill vi hemska gärna att vi skall ha "rätt" åsikt. Men "rätt" finns inte, och det är inte "vi" som har åsikten – det är diskursen. Och därute, på det "diskursiva fältet", finns det en mängd andra diskursiva artikulationer som skiljer sig från den vi sitter och försöker ha. Decentreringen gäller både själva idén om reklamens

skadlighet (som ju är omdiskuterad, och som oftast stöder sig mot idén att individer "påverkas" av krafter utifrån) och de subjekt som jag, Kalle och L-O i situationen utgör (våra respektive individualiteter hotas; har vi verkligen den åsikt vi utger oss för? Varför känns det då så tråkigt att sitta och tugga den om och om igen? Borde vi inte t.ex. bli helt uppeldade och agitatoriska?). Och om diskursen blir sannare ju mer den repeteras – varför blev den då inte sannare för oss, utan snarare alltmer genomskinlig – *vad* var det vi upprepade egentligen?

Intervjuer som metod har alltså relevans inom såväl humanistisk som strukturalistisk teori. Men dessa teorier ger intervjun en särskild riktning, var och en från sitt håll. Humanistisk teori ser intervjuer som uttryck för väljande individer – punkter eller atomer som interagerar med varandra. Strukturalistisk teori ser dem som punktnedslag i de processer i vilka individerna "uppstår" – diskursen betraktad som en tillvarons primat, ett flöde som reproducerar sig själv och omformar världen i sina rörelser.

Jag kan inte tycka att något av dessa perspektiv känns särdeles tilltalande, kanske för att jag själv inte finner mig bekväm i något av dem. Att jag inte gör det kan ju förstås också förklaras utifrån vilket som av dessa två perspektiv, och så vidare, in i absurditeten. Det bryr jag mig inte om. Men jag skall förklara vad det är jag har svårt att förlåta de respektive –ismerna för:

De universalistiska anspråk humanismen har sammantaget med idén om att det måste finnas ett sammanhållet, koherent *inre*, samt att detta inre är vad som kommuniceras i tal och rörelser implicerar för mig en världsbild där människan är alltings centrum och skapelsens krona, som jag tycker är osympatisk. Dessutom råkar humanismen i problem så fort någonting händer som motsäger att det finns något sådant "allmänmänskligt" – allting som kommer till korta mot den idealmodell man använt (och som oftast visar sig vara den vite, heterosexuelle, västerländske mannen<sup>9</sup>) blir anomalier och avvikelser, något som är "fel" gentemot vad en "riktig" människa skall motsvara. (Och tro mig – efter att ha arbetat som vårdbiträde i några år, med bland annat "funktionshindrade" – bara benämningen! – så har jag sett en hel del av hur man kämpar med att försöka inkludera det som faller bort från denna norm inom humanismen, som ju har anspråket på att vara vårt samhälles skydd mot orättvisor.) Strukturalismen å sin sida ställer inga normalitetskrav på människan. Dock ger den fullständig frihet till de meningsflöden i vilka hon uppstår, som om det inte fanns någon fysisk verklighet eller som om denna på något sätt bestäms helt av diskursen – på sitt sätt är detta, som påpekats, också ett antropocentriskt perspektiv.

Jag har här framhävt interaktionism kontra strukturalism som ett sorts antingen-eller, där verkligheten antingen betraktas som bestående av distinkta partiklar eller av obestämda flöden. Vad jag söker är ett perspektiv som istället kan se en verklighet som om, i stället för antingen-eller, den är *både-och*. Jag menar att ett sådant perspektiv inte kan komma från vare sig det ena eller det andra hållet, vare sig från strukturalismen

eller interaktionismen – det måste komma någon annanstans ifrån. I moderna organisationsstudier har man hittat ett sätt att använda sig av intervjuer utanför den dualism mellan agent och struktur som genomsyrar såväl strukturalismen som interaktionismen. Barbara Czarniawska har tagit fram en teori om "Action Nets"<sup>10</sup>, handlingsnät, som ett sätt att förstå människors berättelser om projekt såsom detta. I sina studier har Czarniawska blandat deltagande/medföljande observation med intervjuer med många aktörer, dvs. inte ett begränsat antal särskilt utvalda. Historiernas mångfald påvisar inte främst, som man kunnat tro, vad som "egentligen" hände, hur det faktiskt gick till då saker och ting blev som de är idag. Inte heller handlar det om en diskursanalys i strukturalistisk mening. Istället påvisar mångfalden av berättelser hur allting som ser ut att vara beskaffat på ett speciellt sätt idag har mängder med starter och begynnelse, sällan enkla att härleda till en och samma händelse eller ett enskilt initiativ. Ett handlingsnät består av de kopplingar som uppträder mellan individer, grupper, artefakter, berättelser, faktorer av ekonomisk, politisk, social eller vadsomhelst för roll – kopplingar som inte behöver manifesteras direkt och framskapa linjära skeenden, men som kommit att resultera i framkommandet av den verklighet vi ser omkring oss. Även om vissa historier ibland kommer att få dominant positioner i historieberättandet så blir komplexiteten tydlig – det finns inga enkla orsak-verkansammanhang, utan varje verkan kan ha en mängd orsaker. Historien uppstår så att säga baklänges: inte förrän vi vet hur det blev, så vet vi hur vi kom dit. Det blir också tydligt hur alla aktörer är *situerade*; även om ett ledande narrativ efterhand framstår, så har alla upplevt det från sin egen position i handlingsnätet.<sup>11</sup>

Dessa idéer talar ju uppenbarligen till de idéer med vilka jag och Jesper Olesen gått in i detta projekt. Idén med ett fåtal "nyckelinformanter" som skall ge inblick i handlingsnätets trådiga, snåriga och flytande värld framstår med en gång som lite naiv; det är ett oerhört stort ansvar att lägga på två personer att förvänta sig att kunna ge en rättvis bild av ett handlingsnät, som ju de upplever från sina egna, situerade positioner – liksom jag gör, så känner ju också de endast till sina egna möten, kopplingar och kontakter. Och av dessa möten, kopplingar och kontakter har man ju faktiskt ingen aning om vilka som kommer att ha betydelse för projektet som helhet (om man nu skall tala om något sådant, det skall man väl förmodligen inte) – man *kan* inte veta det, för det visar sig först i efterhand. Så tyckte jag ju också att det var det sista besöket på Lätting som var det mest givande, det då jag ju bara liksom flanerade runt, antecknade lite alltmöjligt utan att leta efter något som skulle vara mer viktigt än något annat, pratade med lite vem som helst och på ett sätt som egentligen inte tvingade någon (inklusive mig själv) att tvunget vara speciellt smart eller stringent.

Även den berättelse jag själv just skrivit om mina besök på kulturföreningen är ju en historia skriven baklänges – utifrån mina anteckningar, bandade och icke bandade intervjuer, minnen, samtal och upplevelser. Dessa har utgjort ett material utifrån

vilket jag rekonstruerat ett sammanhängande narrativ – jag har tagit med de samtal och upplevelser jag tyckt varit betydelsefulla, och några som jag tyckt bara varit roande, och utelämnat de flesta som jag tror inte hade något att göra i det narrativ som slutar i och med utställningen, vilken fått bli det som organiserat narrativets element gentemot varandra. Jag har försökt att vara uppmärksam på även sådant som *inte* kommit med, som t.ex. Sylvias antipatier mot köttätande. Men i och med att jag i efterhand upptäckte att man inte varit så överens som jag tidigare trott så insåg jag även att det kan ha funnits många fler sådana situationer eller konflikter som också undgått mig då jag eller min informant i stunden sorterat bort dem som "oviktiga" – både som informant och som etnograf letar man hela tiden efter sammanhang, som om världen faktiskt var linjärt ordnad och allting som händer av en orsak. Ett handlingsnät ser inga sådana linjärt kausala orsaker, eller så ser det så många så att orsakernas "verkan" snarare framstår som mer eller mindre spontana *effekter* av aktivitet i handlingsnätet. Men för att nå något som jag ansett har en narrativ koherens har jag varit tvungen att skala bort oändligt mycket av de upplevelser/dokumentationer som varit det ursprungliga materialet och därmed, i någon mån, bestämma vad som ledde till vad och hur det interagerade med det ena och det andra.

Sociologen Elspeth Probyn talar om processer som dessa i termer av *surfacing* – att nå ytan<sup>12</sup>. Hos Probyn finns det ingen motsättning mellan "agent" och "struktur", eller mellan "djup" och "yta" – Probyn talar istället om *insida* respektive *utsida*, men inte som motsättningar. Insidan finns istället hela tiden *immanent* i utsidan, i form av alla de relationer, kopplingar och potentialer till relationer och kopplingar som finns möjliga i varje situation. *Surfacing* uppträder då sådana relationer plötsligt aktualiseras – dvs. blir synliga på ytan, på utsidan. För att översätta tillbaka till Czarniawskas vokabulär uppträder de då handlingsnätet får synliga effekter – då vi inser vilka konsekvenser något har fått, och möjligtvis också då vi försöker finna vad eller vilket detta något var. I fallet Lätting blev ju denna konsekvens utställningen och det sätt den kommit att se ut på – allt det som valdes att tas med då utställningen slutligen byggdes. Alla de relationer, kopplingar, spänningar, konflikter och allianser som funnits med i processen fram till utställningen som då visar sig som utställningens immanenta insida, varav vissa aktualiserats och andra förträngts<sup>13</sup>.

Att tala om insida och utsida på detta vis är en historieskrivning som inte blott berättar om interagerande partiklar, inte heller enkom om superindividuella flöden som gör vad de vill med materien. Snarare är det en förståelse av verkligheten som *fraktal* – superindividuella flöden blir plötsligt synliga då de aktualiseras, men de objekt som framträder (såsom, i detta fall, Lättings utställning) är inte enhetliga och självklara individer, och inte heller är de fullständigt flytande och formlösa<sup>14</sup>. Med John Laws ord är de "fler än en, men färre än många"<sup>15</sup>. För att återvända till en tidigare bild: jag säger ovan att ett interaktionistiskt perspektiv ser människor som

fristående, kommunicerande individer med individuella *djup*; "Utan människorna skulle inte diskurserna finnas". Strukturalismens korresponderande hävdande skulle vara att allting finns på *ytan*, att det är i diskursernas brytningspunkter människan uppstår både som subjekt och som enhetlig varelse; "Utan diskurserna skulle inte människorna finnas". Ett hävdande utifrån det perspektiv jag anfört senast kunde kanske vara: "Utan diskurserna och människorna skulle vi få vi leta efter en annan beslutsnivå". Insidan (djupet) finns immanent i utsidan (ytan). Detta skulle i sådana fall betyda att besluten, dvs. de punkter där nya saker och ting får uppstå, den kreativa zonen, de platser och tillfällen där diskurser ändrar riktning och verkligheten på något vis förändras, sker i en zon som inte är diskursiv och inte avhängig medvetna autonoma subjekt utan just *både och*. Subjektet är inte som i strukturalismen decentrerat eller splittrat, och inte som i humanismen fristående och fullt medvetet utan uppstår som en utsida med en immanent insida i en ständigt pågående process av omvandling. "Vi" är inte fristående från verkligheten. När "vi" tänker, så är det "verkligheten" som tänker, *"verkligheten" som tänker i oss*. Och här är det kanske dags att ta bort citationstecknen, att äntligen befria oss och låta oss få vara en del av verkligheten!



## Att bli kritisk

Så hur möjliggör dessa idéer ett annat sätt att tänka runt de frågor jag antyder i introduktionen? Genom att hitta en "fraktal" nivå mellan det individuella och det sociala, en nivå som alltså är *både-och* istället för *antingen-eller*, så kanske vi, dels kan få frid med tanken att intervjuer inte behöver vara *det* självklara sättet att införskaffa information om vad det nu kan vara, vilket ju kan bli problematiskt att hävda, då detta är en mycket vanlig och uppskattad metod inom t.ex. etnologin, min del av det humanvetenskapliga fältet. Men vi kanske inte behöver hänfälla till kvantitativa metoder, till tabeller och mätbarheter, bara för att denna metod inte var den ideala just här?

Jag tänker i det följande försöka hålla mig kvar vid den "fraktala" nivå jag velat formulera, stanna kvar i det där både-och:et, undersöka vad denna teoretiska ansats kan säga om Lätting, om utställningen, om att "bli kritisk" och de förståelser med vilka vi förser ett sådant "blivande kritisk". Alltså: Hur tänker verkligheten i oss i detta specifika fall?

Projektets idé var ju att låta unga människor själva ta fram och förmedla det de ansåg vara viktig information vad reklam och reklampåverkan anbelangar. Så mycket av den process som leder till utställningen (eller vad resultatet nu skulle komma att bli) skulle finnas hos ungdomarna själva. De handledare som Lätting tillhandahöll skulle inte fungera som arbetsledare enligt gammal industrimodell, utan som samordnare, som någon som hjälper idéer att möta andra idéer och omsättas i verklighet. Processen skall helst finnas hos ungdomarna själva, eller så mycket som möjligt av den skall det. Men projektet omfattar ju nu inte bara de individuella deltagarna och deras tänkta utveckling från "omedveten" till "kritisk" – det omfattar ju alla delar av Lätting ifråga om de kompetenser som finns tillgängliga där både bland handledare och deltagare, dessa deltagares intressen, åsikter och passioner, de teknologier man använt sig av, det material man samlat ihop och använt sig av ifråga om mediematerial och information, sist men inte minst de målsättningar man från början haft, som fungerat som en riktning i vilken dessa olika aktörer arbetat. Denna riktning har också just angivit tonen för på vilket vis de olika aktörerna – tekniken, deltagarna, handledarna, deras respektive kompetenser, intressen och passioner – skall interagera med varandra.

Projektet har ju heller inte skett i någon form av tomrum. Även om just reklamprojektet samlat ett antal aktörer av vitt skilda slag i en gemensam rörelse, så har dessa aktörer historier kopplade till världen utanför projektet. De människor som ingår har sina liv utanför Lätting och sina individuella historier som utgör deras referensramar, den tekniska hårdvara de använt har sina specifika möjligheter och begränsningar och dess mjukvara också, likaså den analoga teknik man använt. Som handlingsnät betraktat kan man se samtliga dessa egenskaper som angivande hur kopplingarna förmodligen kommer att ske. Vissa av dessa kopplingar sker mellan

människor och teknologier, andra mellan människor och människor, ytterligare mellan teknologier och teknologier... i själva den rörelse där aktörerna samverkar, samverkar också dessa egenskaper – kopplar till varandra, korsbefruktas och skapar nya möjligheter för varandra eller utesluter varandra. Då aktörerna dras samman i nätverket har de sina egna historier och egenskaper. Då nätverket upplöses har de fortfarande egna historier och egenskaper, men något förändrade. Alla har de också olika uppfattningar om vad det egentligen var som hände<sup>16</sup>.

Det är ju inte det att det inte har funnits någon "process", som jag kunde vara rädd för då det inte kändes som om intervjuerna gav vad de "borde". Problemet var ju att processen fanns någon annanstans än i själva de historier som berättades och de åsikter som ventilerades mig och deltagarna emellan. Dessa var ungefär likadana hela vägen och genomgick inga större förändringar, snarare låg ju förändringen i nätverkets materiella uttryck.

Viktigt att tänka på är ju också att Lätting varit segmenterat i grupper, dvs. aktörer som arbetat i speciellt nära relation till varandra gentemot övriga aktörer. För att se dynamiken grupperna emellan är det förmodligen inte helt ovesäntligt att reklamgruppen, den grupp varmed vilken jag arbetat mest, också är den grupp som haft en mest tydligt artikulera idé redan från början: själva den projektansökan som beviljades av allmänna arvsfonden, där det tydligt står saker om skuldfrågan, könsroller, utställning och film. Detta dokument skapades ju redan innan reklamgruppen sattes ihop, och kom ju också att realiseras i ungefär de former som angavs. De som kom att ingå i min grupp, Kalle och L-O, besatt redan den speciella kompetensen att kunna tala och resonera om reklam och reklampåverkan som man kanske tänks skulle kunna framträda under själva arbetets gång. Likaså gjorde jag. Vi var ena verkligt medvetna killar alla tre. Om några åsikter förändrades drastiskt så var det inget som kom till uttryck under våra samtal.

Idén om en individuell utvecklingsprocess har förmodligen funnits med sedan den tid då projektet påbörjades. Jag tänker på de två unga tjejerna som jag aldrig hann träffa och all deras ilska, på de oslipade men uppriktiga frågelistor de hade skrivit. Efter det första besöket fick jag inte höra talas om tjejerna mer, men förmodligen blev de en del av den projektets tysta skapelseberättelse som funnits med under projektets gång, åtminstone hos de som var med redan vid denna tid. Jag tror att den utvecklingsprocess man tänkt sig är analog med en förståelse av stark *affekt* som artikuleras dikotomt till *distans*; först blir man förbannad, och då finns det ingen direkt distans till det på vilket man blir arg. Det kritiska ögat växer fram samtidigt som distansen ökar och ilskan avtar, eller kanske i stället lägger sig på ett annat plan, som drivkraft eller underström till ens handlingar. Bilden av intellektet som motsats till emotionerna är mycket utbredd, och den knyts ofta till adolescensen som determinerad fas i livscykel; i ungdomen – närmare emotionerna, med åldern – närmare intellektet.

Inget konstigt med det. Denna förståelse av människan hänger ihop med en psykologisk förståelse av det processuella, där utvecklingen framträder som ett inre förlopp, ägande rum inuti subjektet. Enligt den uppställning jag gjort där det humanistiska eller interaktionistiska kontrasteras mot det strukturalistiska eller diskursanalytiska, så skulle en sådan här uppfattning om utvecklingsprocesser höra till den tidigare riktningen. Man skulle också kunna tänka sig en motsvarande diskursanalytisk variant, där det processuella istället är något som uppträder i form av en mindre "diskursiv intervention", en förändring i hur tecknen hänger ihop i den meningsbärande struktur som ger tal och idéer sina innebörder. Då är det istället en process som äger rum i det diskursiva – utanför subjektet, i det sociala.

Då ett kritiskt förhållningssätt redan fanns, så blev det knappast inuti subjektet dramat utspelade sig. Man kan till och med tänka sig att man, genom att söka personer till projektet som var villiga att arbeta med denna typ av frågor – reklampåvekan och dess konsekvenser i fråga om skuldsättning och könsrollskonstruktioner – just också fått tag i två personer som *redan hade* kompetens att tala om dem på ett kritiskt – men/ och distantierat – sätt. De helt nya idéer som introducerades kom således någon annanstans ifrån, som då t.ex. från den internationella gruppen.

Namnet på detta följesprojekt är "Från konsument till kritisk konsument". Jag har valt att inkludera detta namn i titeln till denna rapport även om jag faktiskt gått ifrån det perspektiv utifrån vilket titeln formulerats – detta för att jag ändå tänker försöka hitta en förståelse av vad en "kritisk konsument" innebär som istället formuleras utifrån den förståelse av subjektet som fraktalt, en förståelse jag försökt formulera här ovan. Jag tror nämligen att det kan vara viss poäng vunnit med att behålla ordet "kritisk"; den kanske inte med nödvändighet måste förstås som en process som handlar om mognad, från "mindre mogen" till "mer mogen"?

Att leva idag är att, hela dygnet, veckan runt, exponeras för kommersiella budskap. Ofta är de svåra att skilja ut från andra typer av budskap. Att dessa budskap är mycket starka aktörer i hur världen konstrueras står förstås utom tvivel. Men att det finns en kritik mot dessa kommersiella budskap är inte heller någon hemlighet – kompetensen att känna igen och förhålla sig till budskapen är något vi lär oss allt tidigare<sup>17</sup>. Ju mer genomsyrad tillvaron blir av reklam, desto fler olika arenor hörs också kritiken på. Men i och med att kritiken vare sig har lika stort utrymme eller lika påträngande medel, så blir denna kritik något de allra flesta *känner till finns*, men den blir också något som det krävs att människor faktiskt *aktivt söker sig till* för att de skall kunna bli just sådär kritiska. Kritiken konkurrerar ju om utrymmet med just det som den kritiserar. Kritiken befinner sig på en nivå som är "därute", en diskursiv nivå, och de flesta känner till att den finns där. Men det finns ingenting som säger att man, även om man nu känner till den, också måste ta till sig den och bry sig om den.

Man kan tala om en specifik lingvistisk nivå, eller ett *diskursivt register*, där olika mer eller mindre sammanhängande diskurser konkurrerar om utrymmet. Dessa skulle kunna kallas *diskursiva regimer*, och är det som jag, istället för *kommunikation* (mellan enskilda individer), ser som ett av alla de register som aktualiseras i en individuation, såsom ett subjekt eller en händelse. Diskurser uppstår för att det finns möjlighet för meningar att skapas och vice versa; diskursen gör det möjligt för meningar att uppstå. Det diskursiva registret uppstår inte av sig självt; det uppträder för att det finns ett *konsistensplan*, att det finns en materiell verklighet som gör det möjligt för oss att agera, reproducera och/eller förändra diskurserna<sup>18</sup>. Detta kan ske medvetet eller omedvetet, och huruvida det är det ena eller det andra är av underordnad betydelse. Medvetandet är nämligen ett annat register med ett annat – om dock överlappande - konsistensplan, som kan interferera med det diskursiva, men de sammanfaller inte. Följer av detta gör att så fort det finns ett konsistensplan, så kan saker *aktualiseras* i det register som hör det specifika konsistensplanet till.

Mening uppstår då skillnader och likheter uppstår i ett diskursivt register. Men då det diskursiva, som sagt, inte nödvändigtvis behöver ges företräde gentemot alla andra register skall man också söka efter andra regimer, i andra register. Ett annat sådant register hör till vår förmåga att delta i, agera och reproducera olika typer av seenden – vad vi kan kalla olika *visualiteter*. Även här sker organisationen av regimen till stor del i det sociala, dvs. i det intersubjektiva skapandet av skillnader och likheter, av kopplingar och fränkopplingar. Det finns också tvärkopplingar mellan diskursiva och visuella register i det att specifika meningar knyts till olika typer av seenden<sup>19</sup>. I det visuella registret uppstår vi som positionerade tittare och det betraktade som ordnat på specifika sätt, med olika inre (åtminstone *till synes* inre) sammanhang. Reklamens bild- och formspråk, alltså dess specifika visualitet, brukar ofta av sina belackare kritiserar snarare utifrån sina diskursiva konnotationer – dess könsrollsskapande, livsstilssäljande eller annorledes "vilsledande" innehåll – än utifrån det vis på vilket de visuellt organiserats. Ofta har det inte heller uppmärksamats att det visuella och det diskursiva *är* olika regimer, kanske för att man nyttjat ett teoretiskt ramverk som gjort denna skillnad otydlig. Och poängen jag försöker göra är inte heller att det går vattentäta skott mellan det diskursiva och det visuella – olika teoretiker använder ju t.ex. termen diskurs på olika sätt, och de flesta följer nog förgrundsfiguren Michel Foucault i dennes syn på diskursen snarare som något som samlar olika register, drar dem mot varandra och skapar skillnader och likheter som snarast löper tvärs över dem<sup>20</sup>. Vad jag vill hävda är dock att de opererar i olika register, vilket betyder att en speciell estetisk uttrycksform inte per automatik *implicerar något innehåll*. Det som kan uppfattas som innehåll kommer istället från ett helt annat register; ett diskursivt, som skär över, men *inte är identiskt med* det visuella registret.

På 70-talet kritiserades ofta reklam och kommersialism utifrån synen att kritiken skulle komma från ett helt annat håll och därmed utgöra ett alternativ till det kommersiella. Institutionernas roll var att motverka kommersiell korrumpning och

exploatering, vilket måste göras med medel artskilda från de som dessa krafter själva använder sig av. Synen är naturligtvis äldre än så och finns fortfarande kvar inom många institutioner, men jag vill för argumentets skull i detta sammanhang gärna markera 70-talet och dess "progressiva" anspråk som en period då strömningar i denna riktning var speciellt starka. Problemet med en sådan kritik, formulerad från en position som presumtivt befinner sig "utanför" det den kritiserar, formulerad uppifrån av institutioner för att föras in i unga oskyddade sinnen, ofta får en moraliserande Pappa Förnuftig-ton. En sådan kanske har legitimitet utifrån en människosyn som betraktar den ännu inte vuxne som "ofärdig", en ännu inte verklig medborgare/vuxen/människa<sup>21</sup>, och är besläktad med denna tids pedagogiska diskurs. Jag vill vidare mena att dessa diskursiva människobilder och estetiska ideal samt de teoretiska förståelser av verkligheten utifrån vilka de formulerats förmedlar en "djup/yta"-förståelse av verkligheten, där reklamens estetiska uttryck inte kan ses som opererande i ett eget register. En sådan "djup/yta"-förståelse ser istället ett ideologiskt innehåll i ett specifikt formspråk: reklamens enkla sloganspråk och tydliga bildspråk innebär i sig en förenklad, överdriven och vulgariserad människobild. Det "kritiska" i detta perspektiv blir att tillgodogöra sig förmågan att avtäcka det dolda budskapet, se det egentliga budskap som finns "under" den begärliga ytan.

Och det är här jag menar att det blir ett problem: reklamens bildspråk har visat sig överlevnadskraftigt och mycket starkt, konkurrensen om det visuella utrymmet är så pass stor att det ineffektiva rensas bort illa kvickt och förändringen är mycket snabb till följd av att det ekonomiskt vinstgivande blir det som väljer ut vinnaren. Det reklamspråk som visat sig undermåligt är det som inte genererat tillräckligt med pengar; ekonomisk profit blir urvalskriteriet enligt vilket vissa visualiteter väljs bort och andra blir framgångsrika. Detta kan man enligt en humanistisk ontologi förstå som att det mest framgångsrika reklamspråket talar till omedvetna drifter och begär som finns nedlagda i oss, att reklamen "ger oss vad vi vill ha" men lurar oss att slänga ut stora summor pengar på det och förvrider våra bilder av oss själva. De ideal vi möter i reklamen skulle då tala till våra redan formulerade begär men förvrider och förvanska dem. En strukturalistisk syn på samma sak skulle snarare säga att det är reklamen som skapar begären, att de formuleras helt i diskurserna och konstruerar oss som begärande subjekt och kommer att konstituera världen inifrån de representationer vi möter i reklamen. Då blir våra uppfattningar om världen starkt förenklade och vi lär oss att jämföra verkligheten mot de stereotyper vi får oss till livs i reklamen, mot vilka världen kommer till korta. Både strukturalism och humanism formulerar, på sina respektive sätt, en förståelse av reklamen som havande ett *innehåll* som får ett speciellt *uttryck*: reklamens visualiteter och det vis på vilket budskapen formuleras. Jag menar att man också kan se det på ett annat vis: som vad Deleuze och Guattari kallar för ett *territorium*.

Den diskursivt artikulerade formuleringen av reklamslogans – alltså dessa slogans själva *form* – har inget med det tänkta innehåll jag påvisat ovan att göra. I stället finns denna form i ett eget register, och det som kommer att visa sig som dess "innehåll" kan variera beroende på i vilken situation, vilken ekologi, vilket meningssammanhang och på vilket språk de uppträder – det finns ingen given relation mellan vad som är uttryck och vad som är innehåll. De neomaterialistiska filosoferna Gilles Deleuze och Félix Guattari har visat hur dikotomin mellan innehåll och uttryck aldrig har linjära kausala orsaksrelationer och hur det som är innehåll i ett register är uttryck i ett annat<sup>22</sup>. Med begreppet *territorium* visar de också hur disparata regimer i vitt skilda register dras mot varandra och samverkar i rörelser av *deterterritorialisering* och *reterritorialisering*. Med begreppet territorium kan vi se hur reklamen, via ett väldigt livskraftigt bruk av visualiteter, diskurser, audiella refränger, skrivna och talade ord, allt det som används och de vis på vilket de används, dras samman och konstitueras som ett sammanhängande fält. Här produceras begär, men inte på ett sådant sätt som en humanistisk eller en strukturalistisk förståelse kunde greppa, utan i ett "och" som finns i *aktualiseringen av det konsistensplan de tillsammans utgör* (alltså det Probyn kallar *surfacing*) och som förändras i varje situation de aktualiseras. Med detta menar jag också att det begär som produceras också produceras tillsammans med den som, på ena eller andra sättet, ingår ett förbund med detta territoriet: då reklamen (eller vad det nu är) möter sin mottagare så är mottagaren redan en del av territoriet och det som aktualiseras blir också de preferenser, önskningar etc. som denne mottagare har med sig. Tillsammans formar de vad Deleuze och Guattari kallar ett *assemblage*, eller en *sammansättning*<sup>23</sup>.

Reklamen skapar en väldig aktivering – ett väldigt begär. Det är inte reklamens "objekt" eller ett "innehåll" som skapar detta begär – det är dess form som aktiverar och skapar kopplingar mellan denna "aktivitet" och den aktuella varan. Att använda detta sätt att aktivera, denna form, kan också kopplas till annat än en vara eller en konsumtionspreferens; det kan användas i lika stor grad för att skapa aktiviteter eller rörelser i andra riktningar. Deleuze och Guattari talar om ett *becoming-active*, ett *blivande-aktiv*, en rörelse som handlar om att öppna konnektioner mot världen och möjliggöra och multiplicera vägar för begär, som alltså i Deleuze och Guattaris teoretiska konstruktioner är befriat från den mänskliga individens sexualitet/undermedvetna och istället ses som en kraft som spontant mångfaldigar sig själv så fort det finns en möjlighet för det att göra så.

Reklamen är ett sammanhållet territorium. Den pedagogiska kritik som ofta anförts mot reklamen är ett helt annat territorium, med en annan argumentationsteknik och en annan estetisk konsistens. Den producerar således också en helt annan typ av begär. Frågan är om det "kritiska" territorium som skall vara ett alternativ till "reklamen" kan användas mot den: kan det kopplas in i det begär som skapas i detta reklamens

territorium? För enligt denna logik är det just detta som måste hända: kan de inte två assemblages kopplas ihop, så kommer ingenting att hända. Visst kan även det alternativa territoriet skapa ett assemblage med en person, men jag tror snarare att det i sådana fall sker med en person som redan uppfattar sig själv som i någon mån "alternativ". Och då har man ju missat målet. Det begär som uppstår är frikopplat från reklamen, vilket betyder att reklamen och kritiken av reklamen aldrig kommer i närheten av varandra. I stället för ett mångfaldigande har man slutit till konnektionsvägarna.

Vad man gjort på Lätting är i mycket att man, genom att låta den som berörs av reklamen också utforma kritiken mot den, låtit kritiken växa fram ur dess eget territorium, att man skapat ett nytt konsistensplan som skiljer sig både från reklamens och den gängse reklamkritiken. Lätting har extraherat den visualitet som varit en del av reklamens territorium – man har deterritorialiserat dess visuella uttryck och reterritorialiserat den som kritiskt medel, eller som en del av en ny typ av assemblage. Det språk man använt sig av i utställningen är snabbt, klatschigt, sloganartat och kärnfullt. Detta är inte en kritik som påvisar något som finns därunder, ett reklamens dåliga budskap, utan istället en som fungerar genom att multiplicera, att koppla samman, att låta ett assemblage uppstå som inte utesluter det som "kritiseras". En sådan hållning är bra mycket längre ifrån den ton av moraliserande och uppifråntilltal som lätt blir effekten av en kritik formulerad "utifrån". Metoden handlar inte om att påpeka att någon annan har fel utan om att skapa ett begär tillsammans med denne andre, att delta i ett gemensamt assemblage där fler kopplingar är möjliga och än fler hela tiden görs möjliga.

Samma rörelser är det man använder sig av i bruket av bilder som man satt flera olika texter till, texter som förändrar bildernas innebörd; rörelser av deterritorialisering. Detta är ju inte att påpeka linjära kausala förhållanden mellan ett speciellt budskap och en uttrycksform och sedan fördöma alltihop. Snarare faktiskt tvärsom – att göra världen mer multipel, att skapa multiplicitet. Regimer ur olika register extraheras och korsas på nya sätt. En annan typ av kopplingar som uppstår, i detta fall under själva utställningen, är de typer av *aktiveringar* som äger rum – besökarna går igång på de levande Barbie och Ken eller på colatestet. Vad som däremot inte riktigt för mig kändes som om det lyckades aktivera var faktiskt det man annars kunde tänka sig skulle vara det mest aktiverande, nämligen diskussionerna. Det bärande intryck jag har med mig från de två diskussionerna jag bevittnade är att det var två klasser med helt olika karaktär. I den ena diskuterade man – samhällsklassen, som också hade en lärare som ju uppenbarligen uppmuntrade denna typ av diskussioner och var stolt över att det fanns en sådan förmåga i klassen. Och dessa diskuterade och var duktiga på det – de argument som kom fram i denna diskussion var väl genomtänkta och utförda, i enlighet med diskussionskonstens alla skrivna och oskrivna regler osv. Detta



var personer som redan visste hur man skall förhålla sig till reklam. Den andra klassen, som kom från det Individuella programmet, var mer trevande då någon uttalade sig, argumenten var mer på känn, den välartikulerade tvärsäkerhet som kännetecknade den andra klassens unga män och kvinnor lyste här med sin frånvaro. Jag påminner mig själv återigen om situationen med Kalle, L-O, mig själv och bandspelaren: det var inte i diskussionen vi lyckades aktiveras, utan detta skedde först då bandspelaren var avstängd. Att känna till hur argument skall formuleras är förvisso användbart och en kompetens som på många håll premieras, men en automatisk aktivering innebär det inte.

För att avslutningsvis återvända till frågan om vad det innebär att "bli kritisk" så vill jag alltså fjärma det från den syn som ser det som en determinerad syn i det individuella subjektet och istället artikulera en teoretisk förståelse som gör "bli kritisk" analogt med "bli aktiv", eller ännu hellre: att "bli kritisk" är en av många rörelser som ett "blivande-aktiv" kan ta. Att "bli kritisk" handlar således om att ge sig ut i det sociala, ut i det visuella, det diskursiva, det teknologiska osv, och börja med att skapa kopplingar, att medelst de kompetenser, preferenser och idéer man redan besitter sträcka sig vidare ut, bygga ett nätverk ur ett handlingsnät, smida ihop t.ex. bildreklamens visualitet med reklamkritikens argumentation med sloganspråkets kärnfullhet, dra dessa mot varandra och låta sig själv följa med. Det är skapande av ett nytt territorium och en deterritorialisering av hierarkiska ordningar som redan finns därute. Det är att välja en väg och sedan skapa den vägen. För det finns just ingenting som säger att man som människa, ungdom eller konsument bär en kritisk potential inom sig, som liksom ligger där och väntar på att kultiveras fram och så småningom realiseras. Men när man valt en sådan väg och sedan börjat skapa den i och med att man går den, så kommer man att upptäcka att man själv blir en del av den, liksom vägen på ena eller andra sättet blir en del av en själv. Att "bli kritisk" är en nätverksbyggande och aktiverande verksamhet, och för att kunna aktivera också andra människor så har man nog en stor fördel av att känna till och vara en del av det vis på vilket begär produceras i ett specifikt territorium, även om det är just detta territorium man vill förändra. Och det enda sättet att få något att röra sig är väl också just – att mångfaldiga de vis på vilket det *skulle kunna* röra sig?



## Rekapitulering och konklusion

Så, återigen: är detta ett bra sätt att tänka i denna typ av projekt? Och/eller: vad produceras i detta specifika sammanhang? Detta var ju frågor jag inledde denna rapport med, som funnits med i arbetet och som angivit en riktning i vilken jag arbetat, både i min empiriska konstruktion av fältet och i mitt sökande efter en begreppslighet som kan presentera den. Jag angav i inledningen också två riktningar som denna frågeställning skulle ges: en där den berör Kulturföreningen Lätting, utställningen och vägen fram dit, en annan där den berör mitt eget följeprojekt och de vis på vilka jag arbetat. Jag tar dem nu i denna min konkluderande diskussion i tur och ordning.

Vad har man alltså uppnått genom att utforma reklamprojektet på det vis man gjort? Vad är vunnet med att, som projektmedelansökan formulerar saken, låta ungdomar själva sprida information till andra ungdomar om ett angeläget ämne? Och: har man lyckats göra kritiska konsumenter av de ungdomar som först "bara" hade rollen som konsumenter?

För att börja med den senare frågan, så är jag inte riktigt säker på den uppdelning mellan "icke kritisk" och "kritisk" som impliceras av ett perspektiv som förutsätter en sådan linjär process. Att det *finns* en kritisk diskussion mot reklamen ute i samhället är något de allra flesta känner till. Konsumtionsforskaren Barbro Johansson har visat att en kritisk hållning mot reklamen är en kompetens man lär sig mycket tidigt då man ju redan som liten också träder in i ett konsumtionssamhälle. Det finns inget skyddat sagoland där "barn får vara barn" – vi föds till konsumenter<sup>24</sup>. Jag tror ju nu inte att detta behöver betyda att alla verkligen tillägnar sig en sådan kritisk förmåga – poängen är snarare att vi *vet* att diskussionerna finns därute, att reklamen inte är oproblematiserad, att man helst skall hå åsikter om den. Detta betyder inte att alla också ger sig ut där och hämtar in en massa sådana argument och införlivar dem med sitt sätt att leva. Dessutom behöver inte en kompetens att kunna tala om reklam på ett kritiskt sätt innebära att man lever efter denna kritik. Den humanistiska idén att åsikter är uttryck för människors inre befinner sig såhär i 2000-talets skälvanande början i upplösning: betydelseordningar såsom åsikter är något som formuleras ute i det sociala, och att kunna argumentera för en åsikt förskjuts alltmer till att snarare vara en speciell teknik som kan tillämpas på i stort sett vilket material som helst. Ett exempel på detta kan vara retorikämnet, som idag finns som tillvalsämne på de flesta av landets gymnasieskolor. Unga människor lär sig att argumentera för olika ståndpunkter, vare sig de står för dessa eller ej. Innehållet i argumenteringen får en underordnad betydelse medan tekniken i sig får ett alltmer avancerat uttryck. Detta innebär en *detritorialisering* av talets innebörd – talets tekniker och strategier kopplas alltmer loss från dess referentiella innehåll och börjar cirkulera på en annan nivå. Eller om man vill: innehållet (olika betydelseordningar eller diskursiva förståelser av

referentiell verklighet) och uttrycket (retoriska tekniker) glider över varandra och mot varandra men artikuleras alltmer sällan som självklara delar av varandra. Retoriken som uttryck har ett högst skiftande innehåll och som tendensen verkar finns det ingen orsak att tro att de kommer att byggas ihop igen. Även om vi får en hel generation med unga värtaliga som alla kan förklara för oss varför reklamen är skadlig behöver inte detta betyda att samma generation inte pumpar in lika mycket pengar i det storkommersiella maskineriet som tidigare generationer har gjort. Snarare tror jag att det innebär en *distansering* från talets innehåll – talet "är" liksom inte hela verkligheten, det är inte ens en representation av den. Men det är en *aspekt* av den, en som blir allt viktigare som kompetens betraktad, men en aspekt som också distanseras alltmer från sin referent.

Så hur vill jag istället tänka på detta "kritisk"? Då jag kom till Lätting fick jag ju höra talas om två tonårstjejer vars ögon börjat öppnas för problematiken runt reklam, vilket genererat en hel massa ilska hos dem, ilska mot reklamvärldens förljugenhet och lurendrejerier. De hade redan producerat en hel del material på ämnet och satte sig mer in i det för varje dag som gick; slipade sina argument, undersökte hur de kunde ta problemen vidare, utforskade potentialer och kopplingar i världen. Säger jag att det material de producerade och den ilska som drev var frikopplade från varandra? Inte alls. Jag menar inte heller att det inte *var* ilska som drev dem eller att de var distanserade. Istället vill jag belysa det som uppstod, den kraftutveckling som påbörjades någonstans med de två tjejerna, utvidgades med projektets förankring tvärs över Lättings olika grupper, fortsatte att expandera i form av diskussioner, informationssökningar och nätverksbyggen på många nivåer, fick sitt slutgiltiga uttryck i utställningen. Det som skedde var att något helt nytt skapades: ett nytt territorium, ett nytt sätt att hålla samman en mängd uttryck – visuella, estetiska, diskursiva, materiella, ekonomiska, politiska. Jag vill mena att storheten med detta inte ligger i att särdeles stringenta argument mot reklamen formuleras, att det viktiga ligger hos den retoriska utvecklingen hos ett antal i projektet ingående individer. Istället vill jag belysa den intensitet, den *aktivitet* med potential att *aktivera andra*, som detta territorium skapade. Och få saker är så aktiverande som ilska.

Att de som sökte informationen, valde ut det som skulle vara relevant, gjorde filmen, planerade och byggde utställningen osv., var just unga människor som växt upp under en tid då olika teckenregimer var på väg isär, det tror jag var fullständigt avgörande. Då tidigare generationer försökt skapa alternativ till de krafter som exploaterar, de kommersiella egenintressena, så har man på Lätting tagit en helt annan väg och istället arbetat inifrån det territorium som dessa kommersiella krafter format. Att man lättare kan aktivera andra med samma upplevelser på detta vis torde framstå som givet. För det är enligt min mening vad det måste förstås som: att skapa en aktivitet, ett "blivande-aktiv", att deterritorialiserat de kraftformationer som begränsar våra liv

och styr in våra viljor mot en inträngd position där våra enda möjligheter står i att pumpa in vilket vårt ekonomiska överskott nu månade vara i att försöka uppnå det ideal som är aktuellt för dagen.

Det handlar alltså inte om idealism, om att skapa en ny ideell plats och sedan försöka uppnå denna ideella plats – detta skulle vara en reaktiv metod, en som fungerar enligt samma logik som reklamen själv, mot vilken vi bara kan komma till korta. Istället handlar det om en materialism, i ordets bästa bemärkelse – att utgå från det som *verkligen finns*, att försöka förändra den plats man är på.

Sålunda står vi vid den andra frågan: den om hur man med fördel designar den typ av följeprojekt som det jag just nu skriver slutorden till. Såklart kan ju inte jag heller framvisa ett ideal som jag tycker att man måste hålla sig till. Man vill ju inte vara reaktiv. Istället kan jag bara påvisa min egen metod: att ta vad som finns, utgå från en frågeställning och se vart den tar vägen. Den teori jag använt mig av är förvisso en som jag redan haft sympatier för. Men det har inte rört sig om en rak tillämpning utan snarare ett experimenterande i kopplingar mellan mitt empiriska material, egna idéer och upplevelser, teoretiska begrepp (snarare än teorier): försök att vidga fältet istället för att kontrollera det och kategorisera det; försök att utöka materialets immanens.

Därmed vill jag också föreslå ett svar på frågan om vad ett sådant här följeprojekt kan ge. Hade jag t.ex. skrivit en rapport som fokuserade på att förklara en tänkt psykologisk utveckling hos deltagarna så hade detta, ur mitt perspektiv, varit ett sätt att skaffa sig makt över deltagarna i projektet, ett sätt att utnyttja min forskarsubjektivitet till att kontrollera. Jag har istället velat skapa något *tillsammans med* mina informanter och mitt fält; introducera begrepp i arbetet som de kanske inte gjort själva, undersöka vad som händer om man kopplar begrepp till verkligheten på sätt de inte kopplats utan detta specifika sammanhang, och inte minst att själv stanna kvar i texten och koppla in mig i den genom att ha ett närvarande "jag" i den. För tro mig – det hade varit enkelt att inte ha ett enda "jag" efter introduktionen och därmed fått texten att framstå som mer objektiv. Men det finns inget som är objektivt. Eller så är det så att *allting* är objektivt – också min forskarsubjektivitet. Men denna kan jag i så fall aldrig ställa mig utanför, lika lite som någon annan kan ställa sig utanför verkligheten. Och detta kanske faller närmare den "fraktalitet" jag i detta papper försökt skriva in i min subjektssyn, och som jag också tillskrivit Lättings arbetssätt: att utsidan skapar sin insida, att en ny insida kan uppstå som en effekt av kopplingar på utsidan, att sådana kopplingar kan kombineras på sätt som skapar något alldeles nytt i världen, som i goda fall får effekter av ytterligare ökade energiutvecklingar: ökad aktivering.

## Källor

### Litteratur:

Butler, Judith: 1990. *Gender Trouble*. New York: Routledge.

Czarniawska, Barbara: 1999. *Writing management*. Oxford/New York: Oxford University Press.

Czarniawska, Barbara: 2000. *The Uses of Narrative in Organization Research*. GRI Report 2000:5. Göteborg: Gothenburg Research Institute.

Deleuze, Gilles: 2001. Immanens: ett liv.... I: *Glänta* 3/2001.

Deleuze, Gilles/Guattari, Félix: 1984. *Anti-Oedipus*. London: The Athlone Press.

Deleuze, Gilles/Guattari, Félix: 1988. *A Thousand Plateaus*. London: The Athlone Press.

Fanon, Frantz: 1967. *The Wretched of the Earth*. Harmondsworth.

Foucault, Michel: 1977. *Discipline and Punish*. London: New York.

Foucault, Michel: 1989. *The Order of Things*. London: New York.

Frykman, Jonas/Gilje, Nils: 2003. *Being There..* Lund: Nordic Academic Press.

Irigaray, Luce: 1985. *This Sex Which is not One*. Ithaca: Cornell University Press.

Johansson, Barbro: 2003. *Barn som aktörer i konsumtionssamhället*. Konferensbidrag "Mediebarndomen".

Law, John: 1999. After ANT: complexity, naming and topology. I: Law/Hassard (red.): *Actor Network Theory and after*. Oxford: Blackwell Publishers.

Latour, Bruno: 1993. *We Have Never Been Modern*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.

Latour, Bruno: 1993. *Aramis, or the Love of Technology*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

- Lee, Nick: 2001. *Childhood and Society*. Buckingham: Open University Press
- Massumi, Brian: 1992. *A User's Guide to Capitalism and Schizophrenia*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Massumi, Brian (ed): 2002. *A Shock to Thought. Expression after Deleuze and Guattari*. London/New York: Routledge.
- Mulvey, Laura: 1989. *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. London: Macmillan.
- Probyn, Elspeth: 1996. *Outside Belongings*. New York/London: Routledge.
- Rapport, Nigel: 1997. *Transcendent Individual*. London/New York: Routledge.
- Rose, Gillian: 2001. *Visual Methodologies*. London/Thousand Oaks/New Dehli: 2001.
- Solheim, Jorun: 2001. *Den öppna kroppen*. Göteborg: Daidalos.
- Strathern, Marilyn: 1991. *Partial Connections*. Savage Maryland: Rowman and Littlefield.
- Wallenstein, Sven-Olov: 1998. Kommentar till Nomadologin. I: *Kairos* nr 4. Ss: 177-92.
- Winther Jørgensen, Marianne/Phillips, Louise: 1999. *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

**Internetkällor:**

Kulturföreningen Lätting. <http://www.lattings.se>. Januari 2004

## Noter

<sup>1</sup> All information hämtad från Lättings hemsida (<http://www.latting.se>) och de respektive projektansökningsdokumenten ("Reklamen – påverkar den mig?" och Olesen, Jesper "Fra forbruger til kritisk forbruger: følgeforskningsprojekt til projektet 'reklamen – påverkar den mig?'")

<sup>2</sup> Att de är svåra att göra kompatibla är förstås min egen åsikt. Det finns de som tycker att det i någon mån skulle vara möjligt att göra det och arbetar med olika sätt att kombinera perspektiven. Inom etnologin arbetar t.ex. Lena Gerholm och Birgitta Svensson på detta vis. Ett aktuellt exempel på humanistiska perspektiv inom etnologin är Frykman/Gilje (2003).

<sup>3</sup> En sofistikerad introduktion till humanistiskt antropologiskt tänkande, formulerat i viss polemik mot det jag här kallat strukturalism eller diskursanalys, ges i Rapport (1997).

<sup>4</sup> För en diskussion av repetition och materialisering i termer av performance

, se Butler (1993).

<sup>5</sup> Ett sådant perspektiv anförs t.ex. av Jorun Solheim i dennes arbete om kroppslighet. (Solheim 2001)

<sup>6</sup> Hos Foucault, i mycket diskursanalysens stora förgrundsfigur, kommer en sådan idé som tydligast till uttryck i dennes bok om humanvetenskaperna (Foucault 1989).

<sup>7</sup> Se t.ex. Winther Jørgensen/Phillips (1999).

<sup>8</sup> Egentligen så talar jag ju inte för Kalle och L-O, men tar mig friheten att göra det just här. För ordningens skull alltså: jag fick efter hand en något obekväm känsla, och jag tror att den delades av Kalle och L-O.

<sup>9</sup> För kritik mot etnocentrisk humanism: se Fanon (1967). För kritik mot androcentrisk humanism: se Irigaray (1985). För kritik mot antropocentrisk humanism: not till Latour (1993).

<sup>10</sup> Se Czarniawska (2000).

<sup>11</sup> Se Czarniawska (1999).

<sup>12</sup> Se Probyn (1996).

<sup>13</sup> Se även Deleuze (2001).

<sup>14</sup> Jag är ju nu inte den förste humanisten/samhällsvetaren som talar om fraktaler och fraktalitet.

Se Law (1999), Massumi (1992) eller Strathern (1991).

<sup>15</sup> Law 1999: 11-2.

<sup>16</sup> Se t.ex. Latour (1996).

<sup>17</sup> Se Johansson (2003)

<sup>18</sup> Figuren "konsistensplan" (plane of consistency, Brian Massumis översättning från franskan) har jag lånat av Deleuze och Guattari, och betecknar för dem det tillstånd som kännetecknar en rhizomatisk multiplicitet: "All multiplicities are flat, in the sense they fill or occupy all of their dimensions: we will therefore speak of a plane of consistency of multiplicities, even though the dimensions of this 'plane' increase with the number of connections that are made on it." (Deleuze/Guattari 1987:9)

<sup>19</sup> Ett psykoanalytiskt men väl genomfört exempel torde vara Laura Mulveys begrepp "the male gaze" (Mulvey 1989); hur en visualitet gör kvinnan synlig och mannen till blickens bärare. Gillian Rose visar hur Mulveys psykoanalytiska perspektiv faktiskt kan kombineras med en diskursteoretisk ansats.

Enligt Rose kan visualiteten betraktas som en typ av diskurs: "A specific visibility will make certain things visible in particular ways, and other unseeable, for example, and subjects will be produced and act within that field of vision".

(Rose 2001:137)

<sup>20</sup> Foucaults idéer om synlighet och visualiteter kommer inte minst till uttryck i hans analyser av institutionerna, t.ex. då han talar om hur panopticonprincipen i och med det panoptiska fängelsets införande producerar alla människor som om de hela tiden var sedda, i och med vilket man börjar övervaka sig själv. Visualiteten blir ett gränssnitt mellan ett specifikt samhällssystem och mänskliga kroppars rörelser i rummet. (Foucault 1977)

<sup>21</sup> Sociologen Nick Lee talar om denna syn på människan som en rörelse mellan synen på människan (eller, i Lee's fall, barnet) som varande respektive som blivande. Det perspektiv jag ovan tillskriver 70-talet korresponderar med en syn på barnet som blivande-vuxen, efter vilket en rörelse skett mot ett perspektiv som istället betraktar

barnet som varande-barn. Lee menar att man kommer längst med en syn på alla människor – barn som vuxen – som blivande, ständigt stadda i förändring och utveckling. (Lee 2001)

<sup>22</sup> Om problemet innehåll-uttryck, se "The geology of morals" Deleuze/Guattari 1987:39-74) eller Massumi (1992/2002); om territoriet som social produktion av begär, se Anti-Oedipus (Deleuze/Guattari 1980).

<sup>23</sup> Sammansättning är Sven-Olov Wallensteins översättning av assemblage (Deleuze/Guattari 1998), som är samma ord i Massumis översättning av "A Thousand Plateaus" som i den franska orginaltexten.

<sup>24</sup> Se Johansson (2003).