



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR
JOURNALISTIK, MEDIER OCH
KOMMUNIKATION**

PÅ PLATS I FIKTIONEN

En kvalitativ intervjuundersökning om litterära resor

Caroline Cabot

Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Medie- och kommunikationsvetarprogrammet
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt/2017
Handledare:	Malin Svenningsson
Kursansvarig:	Malin Svenningsson

Abstract

Examensarbete:	15 hp
Program:	Medie- och kommunikationsvetarprogrammet
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt/2017
Handledare:	Malin Svenningsson
Kursansvarig:	Malin Svenningsson
Sidantal:	42
Antal ord:	18 608
Nyckelord:	Litterära resor, popkulturturism, media pilgrimages, mediekonvergens, Skam, Tv-serier, Astrid Lindgrens Värld, Wallanderland.

Syfte:	Syftet med studien är att undersöka resenärers upplevelser av litterära resor, med inriktning på de resenärer som besöker Oslo för att vara på inspelningsplatserna från tv-serien Skam.
Teori:	Media pilgrimages, fandom, deltagarkulturer.
Metod:	Kvalitativa intervjuundersökningar.
Material:	Sex kvalitativa samtalsintervjuer med personer mellan 21 – 70 år, som besökt inspelningsplatser från tv-serien Skam i Oslo.
Resultat:	Studiens resultat visar på deltagarnas upplevelser <i>före, under</i> och <i>efter</i> den litterära resan. Deras förväntningar och motivation bottnade i att vilja uppleva platserna från Skam i verkligheten, ta bilder på plats och - i ett drömscenario – träffa någon av seriens skådespelare. Väl i Oslo upplevde intervjupersonerna starka känslor i mötet med inspelningsplatserna. De jämförde platserna från skärm till verklighet, tog foton och återskapade scener från serien. För de flesta blev det viktigt att på olika sätt försöka leva sig in i, och bli en del av Skams universum. Efter resan laddades foton upp på sociala medier, och serien sågs på nytt – men med nya ögon efter att även ha varit på dess platser i verkligheten.

Tack till

... Malin Sveningsson, min handledare, för alla tips, råd, och ditt engagemang under arbetets gång.

... alla ni som ställde upp och deltog i mina intervjuer.

Tack för att ni ville träffa mig och berätta hur det kändes att sitta på *bänken*.

Utan era tankar och erfarenheter hade det inte blivit någon uppsats.

Executive summary

Once upon a time...

The era of fairytales might seem far away in our modern society when we sit at home – comfortably on the sofa with the blue light from different screens flimmering before our eyes. But in fact, we take part of stories every day. We read books, watch movies and follow our friends lives on Instagram. A usual day, the people of Sweden spend 5 hours and 40 minutes on different media. But what happens when we can't get enough of a story? When a fairytale has ended, but we want more? If we move the fiction out of its medium, and into reality?

Around Sweden, there are plenty of places where this happens every day. Ystad has become “Wallanderland” in the tourists brochures, and in Vimmerby you can play with Pippi Longstocking at Astrid Lindgrens World. Experiences that give people the chance to see familiar places from books and films, and meet fictive characters - in real life. Most of these places are now established tourist attractions, but there are also newer examples of the same phenomenon. After the Norwegian teen series, *Skam*, premiered in 2015 more and more people started to travel to Oslo to see the places where this successful series was filmed.

To travel in the footprints of mediated stories is popular. But most studies on the topic are done within the field of tourism, and from the producers point of view. With this study however, my aim was to study this phenomenon from a media- and communication viewpoint – and change focus from manufacturer to consumer. Because why do people choose to travel to a place that they have seen, maybe hundreds of times on television? And how does it feel to see this place, in reality? What do these media pilgrims experience, *before*, *during* and *after* the trip?

To be able answer and analyze the questions asked above, the study's theoretical framework covers theories about *media pilgrimages* (Couldry, 2003), *fandom* (Jenkins, 2006) and previous studies on tourist attractions trips based on books, films and tv-series (Sjöholm, 2011).

The essential results of this study show that before the trip, the participants looked forward to see the places in real life, take pictures there, and hopefully – meet some of the actors from the series. During the trip they experienced a lot of feelings when entering the *Skam*-places, everything from joy to emptiness. They compared the places that they previously only knew from the screen with reality, took pictures, and re-enacted scenes from the series. For many of them it became important to fit in Oslo – not as a tourist, but as a real part of the *Skam*-universe. After the trip many of the participators uploaded photos from the *Skam*-places on their social media, and watched the series again – but with different eyes after seeing it in real life.

Innehållsförteckning

Inledning	1
Syfte och frågeställningar Mot bakgrund av denna inledning är mitt syfte <i>att undersöka resenärernas upplevelse av sin litterära resa</i> , med inriktning på de resenärer som besöker Oslo för att vara på inspelningsplatserna från tv-serien Skam. Utifrån detta syfte har jag även utformat följande frågeställningar: <i>Före resan Vad har resenärerna för förväntningar före den litterära resan?</i> Med denna frågeställning vill jag ta reda på vad resenärerna förväntar sig av resan. Vad hoppas de få se och uppleva på inspelningsplatserna? Ligger dessa förväntningar till grund för att resan blev av, eller finns det andra anledningar? <i>Under resan Vad är resenärernas upplevelse under resans gång?</i> Med denna frågeställning vill jag ta reda på resenärernas upplevelse av resan, väl på plats i Oslo. Hur upplever de att vara på platserna från tv-serien, i verkligheten? Vad gör de? Vad känner de? <i>Efter resan Hur reflekterar resenärerna om sin upplevelse, vid hemkomsten?</i> Upplever de serien på ett annat sätt efter att ha varit på dess platser i verkligheten? Berättade de om resan för vänner, eller med foton på sociala medier? Hur konstruerade de i så fall den berättelsen?	3
Bakgrund och teoretiskt ramverk	4
Walk of Skam – att vandra in i seriens universum	5
Den litterära resan	6
Den litterära resenären	8
Att resa för gemenskap	8
Att resa sig unik	10
Teori	12
Metod	15
Val av metod	15
Urval	15
Genomförandet	17
Transkribering och Analys	17
Studiens etiska överväganden	19
Resultat	21
Referenser	40
Bilagor Intervjuguide	43

Inledning

Det var en gång...

Kanske känns lägereldarnas och sagornas tid långt borta, när vi sitter hemma i soffan. Bekvämt tillbakalutade, medan det blå ljuset från diverse skärmar spelar framför våra ögon. Men faktum är att vi tar del av berättelser hela tiden. Böcker, filmer och serier som fortsätter säsong efter säsong. Bloggar, poddar och våra vänners liv följs på sociala medier. Med teknikens hjälp integreras dessa berättelser väl i vår vardag. Våldigt väl. En vanlig dag lägger Sveriges befolkning i genomsnitt 5 timmar och 40 minuter på olika medier, allt från tv och tidningar, till böcker (Nordicom, 2016, s. 1). Med så mycket tid tillsammans är det kanske inte konstigt att vi lätt blir involverade i medierade berättelser och dess karaktärer. Men vad händer egentligen med oss när vi inte kan få nog av en berättelse? När sagan är slut, men vi vill ha mer? Om vi lyfter fiktionen ut ur sitt medium, och in i verkligheten?

Runt om i Sverige finns det en mängd platser där detta händer varje dag. Ystad har i turistbroschyren blivit ”Wallanderland”, i Fjällbacka görs mordvandringar i Camilla Läckbergs fotspår, och i Vimmerby kan man leka med Pippi Långstrump i teaterparken Astrid Lindgrens Värld (Sjöholm, 2011). Upplevelser som ger besökaren chansen att se platser från böcker och filminspelningar, och till och med möta fiktiva karaktärer i verkligheten. Dessa platser blev alla uppmärksammade efter att ha figurerat i litterära verk och filmatiseringarna av dessa, och är numera väletablerade turistmål. Men det finns också helt nya exempel på liknande fenomen. Ett av dem bottnar i den norska webbaserade tv-serien *Skam*. Serien om gymnasieungdomarna på Hartvig Nissens skola i Oslo hade premiär 2015, och har sedan dess setts av över 1 miljon människor i Norge – men också blivit en så stor succé globalt, att den nu får en amerikansk version (Sweney, 2016). Även här i Sverige är succén ett faktum. Enligt en undersökning från YouGov har 1 av 5 svenskar över 18 år sett serien, och många anser att den har påverkat deras beteende på något sätt. 14% av tittarna har till exempel börjat lyssna på norsk musik, och 4% uppger att de har rest till Oslo där serien spelats in (YouGov, 2017). Serien ger alltså avtryck även på turismen till Oslo, och fler och fler, både unga som vuxna, åker dit för att gå i *Skams* fotspår (Visit Norway, 2017).

– *Det är definitivt en trend att åka till en plats som engagerar dig personligen för någonting mer än bara att det finns någonting att göra eller att det är fin natur. Att det är ett intresse som driver dig dit. Jag väntar bara på att Vingresor och Fritidsresor ska börja sälja den här typen av resor.*

kommenterar Maria Lexhagen, som forskar om popkulturturism vid Mittuniversitetet, i artikeln *Popkulturens pilgrimer ritat om turistkartan* (Dagens Nyheter, 2013)

Litterära resor har på så vis stor betydelse för turismbranschen. För många små orter blir det en chans att sättas på kartan, generera arbetstillfällen och ekonomisk tillväxt (Sjöholm, 2011 s. 43). Det är även där den tidigare forskningen om litteraturreSOR har hamnat. Studier har

gjorts utifrån områden som turism, kulturgeografi och etnologi, där fokus i första hand läggs på hur man inom upplevelseindustrin kan presentera platser för att locka besökare. (Sjöholm, 2011; Jonsson, 2010; Agger & Wade 2010, Löfgren & Willim, 2015) Men hur dessa besökare sedan *upplever* mötet mellan fiktion och verklighet på dessa platser är det svårare att hitta studier om. Det finns helt enkelt inte lika mycket forskning som fokuserar specifikt på besökarens upplevelse. Så, varför väljer man egentligen att göra en resa till en plats man redan sett på tv, kanske hundratals gånger? Och hur känns det sedan att vara på denna plats, i verkligheten? Även forskning utifrån ett Medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv lyser med sin frånvaro, vilket är en relevant lucka att fylla med tanke på att det är genom medier som böcker, filmer och serier som resor som dessa har sin utgångspunkt. I den här studien vill jag därför skifta fokus från producent till konsument, och fokusera på besökarnas upplevelser av litterära resor, utifrån ett Medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv. Detta kommer jag göra genom att utgå från intervjuer med människor som besökt inspelningsplatser från tv-serien Skam. Dels för att detta är ett relativt nytt och oproducerat turistmål, där besökaren själv kan lägga upp sin vistelse och styra över vilka platser hen vill besöka. Men också för att Skam är en serie som strävar efter autenticitet. Genom sina väl underbyggda karaktärer, och sitt sätt att sändas i realtid ger serien en känsla av verklighet – trots att det är fiktion. Därför blir det intressant att se hur tittare från hela världen som uppskattar denna verklighetskänsla i serien, åker till verkliga platser i Oslo, för att få den fiktiva berättelsen att kännas ännu mer verklig.

Syfte och frågeställningar

Mot bakgrund av denna inledning är mitt syfte *att undersöka resenärernas upplevelse av sin litterära resa*, med inriktning på de resenärer som besöker Oslo för att vara på inspelningsplatserna från tv-serien Skam. Utifrån detta syfte har jag även utformat följande frågeställningar:

Före resan

Vad har resenärerna för förväntningar före den litterära resan?

Med denna frågeställning vill jag ta reda på vad resenärerna förväntar sig av resan. Vad hoppas de få se och uppleva på inspelningsplatserna? Ligger dessa förväntningar till grund för att resan blev av, eller finns det andra anledningar?

Under resan

Vad är resenärernas upplevelse under resans gång?

Med denna frågeställning vill jag ta reda på resenärernas upplevelse av resan, väl på plats i Oslo. Hur upplever de att vara på platserna från tv-serien, i verkligheten? Vad gör de? Vad känner de?

Efter resan

Hur reflekterar resenärerna om sin upplevelse, vid hemkomsten?

Upplever de serien på ett annat sätt efter att ha varit på dess platser i verkligheten? Berättade de om resan för vänner, eller med foton på sociala medier? Hur konstruerade de i så fall den berättelsen?

Bakgrund och teoretiskt ramverk

För att förstå kontexten till min studie, kommer här en mer ingående introduktion till vad litteraturreSOR är, tidigare forskning på området, en diskussion kring varför det är relevant att studera, samt ett par fallbeskrivningar av de platser jag utgår från i min undersökning. Men eftersom bara den invigda ser magin, behövs en förståelse för Skam, dess universum och dess inspelningsplatser för att förstå den litterära Skamresenären. Därför följer först här en beskrivning av serien.

Skam

Skam är en norsk webbaserad ungdomsserie, som produceras av NRK P3 och hade premiär i september 2015 (NRK, 2015) Serien vänder sig i första hand till åldersgruppen 15 år men har engagerat tittare i alla åldrar. Den handlar om gymnasieungdomar på Hartvig Nissens skola i Oslo, och deras vardagsliv med vänskap, kärlek och fester (NRK, 2017). För varje säsong får vi följa en ny huvudperson. Under den första säsongen fick vi följa Eva. Sedan var det Nooras tur. Tredje säsongen handlade om Isak, och den fjärde säsongen – som pågår i skrivandets stund – fokuserar på Sana. I Norge är Skam den mest sedda webbsända Tv-serien någonsin. (Sweney, 2016) Under sin sändningstid snittade serien på 1,2 miljoner unika besökare på sin webbplats (Sweney, 2016). Men serien har också spridits utanför Norges gränser. Här i Sverige sändes serien på SVTplay, och hade i januari 2017 över 20 miljoner strömningar, vilket gör den till tjänstens mest sedda hittills. (Renman, 2017) Formatet till Skam har nu även sålts, för att göras i en amerikansk version. (Sweney, 2016).

Skam sänds inte bara som traditionella tv-serie avsnitt, utan har även en mängd andra plattformar. På dess webbplats, www.skam.p3.no publiceras klipp som utgör själva serien, men även Messenger-konversationer karaktärerna emellan (NRK, 2017) Redaktionen använder även Instagram-konton, och YouTubekanaler för karaktärerna, med bilder och filmer som ska upplevas komma från deras liv, och spegla deras identitet. (Magnus, 2016). De klipp som utgör själva serien publiceras vid oregelbundna tider, och utspelar i realtid. (Galli, 2016). Om ett klipp exempelvis utspelar sig en Fredag kl. 01.15, är således just detta klockslag som det publiceras på seriens webbsida. Kritiker menar att detta ger karaktärerna och handlingen en unik verklighetskänsla. (Sweney, 2016) Vid varje veckas slut samlas klipp ihop, och sänds som sammanhängande avsnitt både på NRK:s webbplats och som linjär TV. (Magnus, 2016). Avsnittens längd kan variera från allt mellan 17 – 50 minuter, och släpps även på SVT Play.

Just denna verklighetskänsla är något som är noga underbyggt, av seriens regissör och manusförfattare Julie Andem. Berättelsen bygger på tre timmar långa djupintervjuer med norska unga från hela landet. Serien har inte heller marknadsförts på ett traditionellt vis, utan tittarna har själva fått söka sig till karaktärerna via Instagram och andra digitala plattformar. Seriens skådespelare är inte kända sedan tidigare, och gör, med något undantag, inga

intervjuer i media (Haimi, 2017). Allt för att behålla den verklighetstroga känslan i Skam-universumet.

Walk of Skam – att vandra in i seriens universum

Skam har inte bara gett avtryck i NRK'S tittarstatistik, utan även på turismen till Oslo. Fler och fler, både unga som vuxna från världens länder, åker dit för att gå i *Skams* fotspår (Visit Norway, 2017). Enligt en undersökning från YouGov har 1 av 5 svenskar som är 18 år eller äldre sett serien, och många anser att den har påverkat deras beteende på något sätt. 4% av de tillfrågade, uppger även att de har rest till Oslo där serien spelats in (YouGov, 2017) Hur går det då till, att göra en resa i *Skams* fotspår? Till skillnad från etablerade litterära turistmål som "Astrid Lindgrens Vimmerby" eller "Wallanderland" i Ystad, så är en resa till Oslo för att besöka inspelningsplatserna från *Skam* en ny och relativt o-producerad upplevelse. För Skamresenären finns två olika alternativ: Att gå en guidad tur, eller att själv leta reda på och upptäcka platserna från serien.

Att gå en guidad tur

Våren 2017 började de dyka upp – de guidade Skamturerna i Oslo. En av de första var danska *Skamsafari*, som enligt sin webbsida erbjuder upplevelsen:

Feel like one of the characters when walking around the schoolyard and sit on the iconic bench. Maybe you have wanted to stand on the bridge where Noora and William shared their first kiss? Take a selfie in front of Noora's blue front door and make a prayer in the church from S3. And that's only some of it. (Skamsafari, 2017).

Turerna ges varje söndag, samt utvalda torsdagar hela året. På sin webbsida framhåller Skamsafari även att deras lokala guider tar med resenärerna till inspelningsplatserna från *Skam*, och att de därigenom också tar dem till sina egna favoritställen "where most tourists don't go" (Skamsafari, 2017).

Att upptäcka platserna själv

Ett annat alternativ är att besöka inspelningsplatserna på egen hand. För att hitta platserna behövs inte mycket mer än en telefon och internetuppkoppling. *Visit Oslo*, stadens officiella reseguide har på sin webbsida sammanställt en lista med 25 platser att besöka, samt en digital karta där alla platserna finns utplacerade (Visit Oslo, 2017). Ett antal svenska tidningar, däribland Expressen har sammanställt egna Skam-guider att följa (Lundberg, 2017). Det går även att leta sig fram till platserna genom att söka via hashtags på Instagram, och på så vis hitta foton upplagda från andra Skamresenärer som taggat vart de befann sig när bilden togs. Så här kan alltså en litterär resa i Skam-anda genomföras. I min studie har jag valt att fokusera på människor som själva letat reda på platserna, via guider på internet. Detta för att verkligen

fånga resenärernas egna upplevelse, och inte halka in på producenternas perspektiv. Mer om detta följer nedan i kapitlet ”Metod”.

Personer och platser

Att göra en resa i Skams fotspår är just nu lite av en unik upplevelse, då flera av seriens skådespelare bor i Oslo och rör sig i de områden där serien spelats in. En av skådespelarna från serien går till exempel på Hartvig Nissens skola, där mycket av handlingen utspelar sig. En annan har jobbat på caféet Kaffebrenneriet där några av scenerna spelades in. En tredje brukar åka skateboard på samma ställe som sin karaktär i Skam. Turister som kommer till Ystad för att titta på deckar-karaktären ”Wallanders” hus har en mängd olika alternativ. Ska man besöka det från boken? Det från första filmen? Eller den lägenhet där interiören filmades? (Sjöholm, 2011, s. 57). Ingen sådan förvirring uppstår i mötet med Skam. Här ser alla platser ut som de gör i serien både inuti och utanpå, de heter samma saker – och ligger dessutom på ett sådant avstånd från varandra att det verkar helt naturligt för ett gäng norska ungdomar att färdas mellan dem. Att just de norska ungdomar som spelar huvudkaraktärerna i serien faktiskt också rör sig i området på riktigt, just i detta nu, lägger ännu ett lager av fiktion på verkligheten. Eller som Sjöholm beskriver ”Wallanderlandet” Ystad, där författaren Henning Mankell har skapat den fiktiva karaktären Kurt Wallander och en fiktiv berättarvärld, men som utspelar sig i verkliga, existerande miljöer (Sjöholm, 2011, s. 50). ”Gränsen mellan fiktion och verklighet flyter ihop än mer när skådespelaren Krister Henriksson i rollen som Kurt Wallander flyttar in på den verkliga Mariagatan. Ystad förvandlas till en levande filmkuliss.” (Sjöholm, 2011, s. 51). Denna typ av autenticitet även viktig på platser som Astrid Lindgrens Värld i Vimmerby. Men hennes sagor beskriver en svunnen tid, och hur mycket man än känner att man verkligen *är* i Katthult inne på teaterparken, så kommer parkeringsplatsen med alla bilar att påminna dig om illusionen när du går ut. Skam tar med sitt transmediala berättande autenticiteten in i nutiden, och därför vill jag fokusera på just denna typ av litterära resa.

Den litterära resan

Litterära resor i sig är ingen ny företeelse. Att göra en resa inspirerad av en bok, kan nog sägas vara lika gammalt som bibeln. Redan ett par hundra år efter Kristi födelse, var det nämligen vanligt med pilgrimsresor inom den kristna världen – för att se de bibliska platserna med egna ögon. (Blom, 2004) Men istället för pilgrimsresor till Jerusalem och Mecka, handlar den här studien om hur en upplevelse av en medierad berättelse kan vara så stark att människor väljer att lägga tid, pengar och engagemang på att resa dit – utan den religiösa motivationen.

Men först och främst: Vad *är* egentligen en litterär resa? Hur kan vi definiera begreppet? Uttrycket ”litterär resa” för direkt tankarna till att det – precis som på bibelns tid – handlar om

att göra en resa inspirerad av en *bok*, eller kanske en *författare*. Så har det också varit genom åren. Nicola Watson, professor i engelsk litteratur, beskriver till exempel hur litterär turism kom till uttryck i England på 1800-talet i spåren av författare som Brontë systerna. (Watson, 2006) Turismen i spåren efter dessa välkända systrar och deras böcker lever och blomstrar än idag. I deras hemort ”The village of Haworth” har det till exempel byggts upp en hel bygata i 1800-tals stil för att ge besökaren en känsla av att resa bakåt i tiden, till perioden då de skrev sina romaner. Ett viktigt inslag i författarsystrarnas gamla hem är nästan självklart – en bokhandel (Sjöholm, 2011).

År 2016 ökade den totala bokförsäljningen i Sverige med 1,6 % gentemot året innan (Wikberg, 2017), så visst lever läsning och dessa resor inspirerade av böcker kvar. Men som bekant kan vi genom dagens teknologi även ta del av samma berättelse på flera olika sätt. Idag pratar Medie- och kommunikationsforskare om *konvergenskulturen*, att nya och gamla medier *konvergerar* och smälter samman. På så vis kan en berättelse som har sitt ursprung i en bok, sedan bli film, tv-serie, tv-spel eller leksaker i en kedja som kan fortsätta i princip hur långt som helst. (Jenkins, 2006)

Ett exempel på en svensk litterär plats där denna mediekonvergens blir tydlig är staden Vimmerby, i Småland. Eller ”Astrid Lindgrens Vimmerby”, som kommunen marknadsför sig som (Vimmerby Turistbyrå, 2017). Här kan man besöka Astrid Lindgrens barndomshem, se platser som inspirerat henne i sitt skrivande samt besöka temaparken Astrid Lindgrens Värld – där uppbyggda sagomiljöer och skådespelare levandegör karaktärerna ur hennes böcker. Parken är noga med att betona att det är just böckerna som ligger till grund för deras gestaltning (Sjöholm 2011, s. 146), men frågan är om detsamma gäller dess besökare? Har dagens barn mött Pippi Långstrump, Emil i Lönneberga och Ronja Rövardotter genom böckerna? Eller är det snarare filmerna som ligger till grund för deras besök? Eller tv-serierna, leksakerna eller mobilapparna? Trots att alla Astrid Lindgrens berättelser har sitt ursprung i litteraturen, berättas de idag även genom en andra rad olika medier. Så om resan har inspirerats av något annat medium än just boken, kan vi då fortfarande prata om en ”litterär” resa? Eller kan en barnfamilj på besök i Astrid Lindgrens Värld i själva verket bestå av en litterär turist, en filmturist och en tv-spelsturist? Här blir det svårare att veta var gränserna går, och så verkar det vara även inom forskningen på området. Som tidigare nämnt finns det inte mycket forskning kring litterära resor ur ett Medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv, men inom den forskning om turism förekommer många olika uttryck för resor inspirerade av berättelser i olika medier: Filmturism, tv-serieturism, popkulturell turism, författarturism, litterär turism, och media pilgrimages, bara för att nämna några.

Just begreppet *media pilgrimages* - medie pilgrimsresor, är myntat av Nick Couldry. Couldry är en av de få forskare som studerat fenomenet med litterära resor ur ett Medie- och kommunikationsperspektiv, och som dessutom fokuserar mer på deltagarens synvinkel av resan, än producentens bakom den (Couldry, 2003; Couldry, 2000). Vad gäller den här uppsatsen, så kommer jag till stor del utgå från hans teorier i analysen av mitt empiriska

material. Enligt honom är en pilgrimsfärd en resa till en bestämd plats, oftast avlägsen, som har en viss betydelse för en själv och den gemenskap man lever i (Couldry, 2003 s. 76). Dock utgår hans forskning från rörliga medier, såsom film och tv, och jag vill också kunna beskriva resor baserade på böcker med samma uttryck. Därför kommer jag även fortsättningsvis att använda mig av begreppet ”litterära resor” i den här uppsatsen, och utvidga begreppet till ”resor som görs inspirerade av någon sorts medial text.” Denna definition är lånad av Carina Sjöholm, forskaren bakom boken *Litterära resor – turism i spåren efter böcker, filmer och författare* (Sjöholm, 2011, s. 9).

Den litterära resenären

Uttrycket ”litterär resa” kommer här alltså användas för att beskriva ”en resa inspirerad av någon slags medial text.” Att man tagit del av en berättelse, och sedan vill besöka platserna där den utspelar sig, filmatiserats eller författats. Kanske kan det verka lite paradoxalt – att lägga tid, pengar och energi på att besöka en plats som man faktiskt redan har sett på till exempel tv, kanske tusentals gånger? Ändå ökar idag intresset för litteraturresor – speciellt när det handlar om olika populärlitterära genrer (Sjöholm, 2011, s. 9). Generell statistik för hur många som gör denna typ av resor är svår att finna, men om man tittar på specifika litterära platser kan man se att uppmärksamheten kring dem är stor, både nationellt och internationellt. Sedan Wallanderturismen började i Ystad 1992, i spåren efter Henning Mankells första bok om polisen Ystadspolisen Kurt Wallander, så har omsättningen i stadens besöksnäring fördubblats. Efter att Alnwick Castle användes som inspelningsplats i de två första Harry Potter-filmerna har besöksantalet gått upp med 230 procent. Och i en nationell undersökning från 2004 uppgav sex procent av Nya Zeelands besökare att ”Sagan om ringen”-filmerna var en av huvudorsakerna till deras besök (Leas, 2013). Men frågorna kvarstår: Vem är det som åker på litterära resor? Och varför? Även inom den lilla forskning som finns på området, så förekommer en kluvenhet kring dessa frågor. I litteraturen kan man dock se två huvudsakliga synsätt: Att vilja resa för *gemenskap*, eller att vilja resa sig *unik*. Här nedan följer en beskrivning av de olika synsätten på den litterära resenären, och varför hen kan tänkas vilja göra sin resa.

Att resa för gemenskap

Detta synsätt på den litterära resenären har sitt ursprung i forskningen om *fandom*, och *deltagarkulturer*. Många människor är djupt involverade i medieinnehållet, och vill själva uppleva de världar som de fått inblick i genom böckerna, filmerna och tv-spelen (Jenkins, 2006). Denna vilja kan yttra sig på olika sätt, men ett av dem är att vilja göra en litterär resa. Enligt detta sätt att se på den litterära resenären, får den således rollen som ett *fan* som reser för att utvidga det fiktiva universumet, få gemenskap med andra fans, och genom dem även skapa sig sin egen identitet.

Inte heller denna vilja att utvidga det fiktiva universumet är troligen en ny företeelse. Ett

exempel från 1800-talet, är författaren Arthur Conan Doyles bokserie om detektiven Sherlock Holmes. Serien var väldigt populär, och när författaren lät huvudkaraktären dö i sista boken tog fansen hans berättelse i egna händer och skapade och publicerade mängder av alternativa slut (Olin-Scheller & Wikström, 2010, s. 8). Det var också under denna tidsperiod ordet *fan* i betydelsen av att vara hängiven något eller någon, började spridas i England (Olin-Scheller & Wikström, 2010, s. 8). Och då litterär turism började komma till uttryck i spåren av författare som Brontë systrarna (Watson, 2006). Kanske fanns det alltså mängder med fans och litterära resenärer, redan i 1800-talets England. Men med dagens digitala medier, och internets intåg kommer förstås denna vilja att utvidga det fiktiva universumet till uttryck på nya sätt.

För det första har digital medieteknik har radikalt förändrat människors möjligheter att hitta, ta del av, skapa, bearbeta och förmedla kulturella produkter. Från att passivt konsumera, till möjligheten att också vara en aktiv medskapare. Vem som helst med tillgång till dator, kan producera sitt eget innehåll baserat på en medierad berättelse. Den här önskan om att vara del av det fiktiva universumet kan komma till uttryck genom till exempel fanfiction, fanart, cosplay och fanfilmer som laddas upp på Youtube. Allt för att komma närmare berättelsen, eller uttrycka sin egen version av hur man skulle vilja att den var. På detta vis blir kulturproduktion idag föremål för så kallat *användarbaserat innehåll*, där fansen själva skapar egna verk utifrån originalverket, som till exempel fanfiction (Olin-Scheller & Wikström, 2010, s.15). Man pratar om *prosumenter*, där gränserna mellan producenter och konsumenter av kulturella produkter upplöses mer och mer (Olin-Scheller & Wikström, 2010, s.15).

För det andra så handlar det inte bara om fansens känsla av att kunna producera eget material baserat på en kulturell produkt, utan också att kunna dela det med andra – eller att ta del av andra fans egna produktioner. Via internet har det blivit enklare att hitta likasinnade att dela fantasin med. Idag pratar forskarna om *fandoms* – specifika kulturer som uppstår kring ett verk eller en textvärld (Jenkins, 2006; Olin-Scheller & Wikström, 2010, s. 8). *Medskapande kulturer* som dessa, bidrar också till att göra fenomenet mer långlivat, då fansen kan hålla originalberättelsen vid liv genom att skapa egna berättelser kring den (Jenkins, 2006). Detta är något som även återfinns runt serien *Skam*, vars inspelningsplatser som litterärt resmål jag kommer fokusera på i min studie. I Facebook-gruppen ”Kosegrupp Sverige” har, i skrivandets stund, över 20 000 fans samlats för att diskutera *Skams* karaktärer, handling och teorier om vad som komma skall. På Tumblr finns det hundratals fanfictions, och det finns även åtskilliga Youtube-, Instagram- och Twitterkonton som är helt dedikerade till serien. Genom dessa medskapande kulturer kan fans hitta samhörighet och gemenskap med andra fans (Olin-Scheller & Wikström, 2010). Ett exempel hur detta kan vi se i Maria G Franckes artikel *Om skamfansen: En kärleksförklaring till alla som håller på* från april 2017, där hon bland annat skriver:

Själv har jag aldrig tidigare ingått i en fandom av det här slaget, i ett stort kollektiv där man kan leda, låta sig ledas, vara tongivande eller bara flyta med och suga i sig. Det blir

dessutom på en annan nivå när något pågår i realtid, i flera kanaler samtidigt, så som Skam gör. Det är en sak att veta att något finns, en helt annan att befinna sig mitt i det. (Francke, 2017).

Men dessa medskapande kulturer blir inte bara ett sätt att hitta gemenskap med andra fans, utan också ett sätt för individen att utveckla sin egen identitet (Olin-Scheller & Wikström, 2010).

Identitet och genus skapas och upprätthålls genom olika val och handlingar (Butler 1990). Människor är ständigt upptagna med att "göra genus", och att avgöra vad som är en "tjejig tjej" och "vanlig man" är inte något statiskt och oföränderligt. Istället är identitet något som är performativt, det vill säga, konstrueras i handlingar och i interaktion med andra. Att urskilja sig själv i relation till andra är grundläggande i identitetskonstruktionen (Drotner 1996; Griffiths 1999). I den samhörighet bland aktörerna som fanfiction-sidornas medskapande kultur skapar är processen att urskilja "jaget" i relation till "den andre" betydelsefullt. Hit hör också att utforska vad som uppfattas som "normalt" (Olin-Scheller, 2009).

Sammanfattningsvis är den litterära resenären ur detta perspektiv ett fan, som reser för att sträcka ut det fiktiva universumet, få gemenskap med andra fans och därigenom också skapa sin egen identitet.

Att resa sig unik

Ett annat sätt att se på den litterära resenären, är att hen inte alltid behöver vara ett fan, utan består av en mer spridd grupp. (Couldry 2003, s. 75) För även om berättelsen i boken, filmen eller tv-serien kan ha inspirerat i val av resmål, så kan det i slutändan vara helt andra faktorer som gör att resan till slut blir av. (Sjöholm 2011, s. 9) Kanske kan en familjs främsta syfte med en resa till Småland vara att hälsa på släktingar, men passar på att göra ett besök på Astrid Lindgrens Värld när de ändå är i närheten. Eller så är det ens kompis som drar med en på *Skam*-tur i Oslo, trots att man bara hunnit se ett avsnitt av serien och inte alls är särskilt intresserad av att stå utanför den byggnad där dessa fiktiva ungdomar ska gå i skola. Men trots att man bara råkat snubbla över en litterär plats, behöver det inte betyda att besöket inte blir viktigt i efterhand. Tvärtom så kan platsen istället väcka eller fördjupa ett intresse för sagorna, serien eller dess författare.

Eftersom litterära resenärer kan ha så spridda motiv till sin resa, menar Couldry att de måste ingå i studier om *media rituals* istället för bara *fandom*. Han motsätter sig också *gemenskapens* betydelse för resan. Genom mötet med den litterära platsen kan sociala band knytas mellan människor som också deltar i pilgrimsfärden, på till exempel på en guidad litterär resa, en gemenskap som tidigare nämnt är en viktig faktor i forskningen om fans. Men Couldry menar att detta händer väldigt sällan, och att det istället är sökandet efter

förutsägbara upplevelser och den retroperspektiva känslan av att ha gjort något speciellt när man kommer hem igen, som är centralt för den litterära resenären. (Couldry 2003, s. 78 – 79).

Litterär turism passar även väl ihop med dagens konsumtionsdrivna tidsanda, där självförverkligande står i fokus för individen.

”Vi vill resa som andra reser för att ha gemensamma referensramar men också resa på vårt eget sätt, till andra ställen än dit de vi känner reser. Påfallande många är unika på ungefär samma sätt.” (Sjöholm 2011, s. 16).

Genom att göra en resa i spåren av en tv-serie, kan resenären på så sätt se andra saker än övriga turister. Att fotografera sig på caféet ”Kaffebrenneriet” i Oslo, kan till exempel ge undrande blickar från gäster som bara är där för att fika. Men för den som följer Skam, kan besöket vara laddat med meningar, och att se den romantiska scen mellan karaktärerna Isak och Even, som utspelades just här, framför sig. Bara den invigda ser magin.

Teori

För att studiens frågeställningar ska kunna besvaras behövs teori och tidigare forskning att anknyta till. En av de få forskare som tidigare studerat litterära resenärer ur ett Medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv är Nick Couldry. I det här kapitlet kommer jag därför att redogöra för hans teori om ”Media pilgrimages” – media pilgrimsresor, som senare även ligger till grund för analysen av mitt material.

Mediehierarkier

Media rituals, a critical approach heter Couldrys bok, som beskriver just det – ritualerna vi i samhället har kring media. Enligt honom finns det en hierarki, där det och de som representeras i medierna ses som mer centralt, viktigt och verkligt än det som inte representeras. Det kan till exempel handla om att kategorisera människor som *mediepersonligheter* eller *icke-mediepersonligheter*. Genom att vi i samhället sedan behandlar de personer som figurerar i media som viktiga ”kändisar”, så förstärker vi också genom våra handlingar myten om medierna som samhällets mittpunkt.

Om man tänker sig en kategorisering som denna även av *platser* som figurerar i medierna, så kan det redan nu ge en ledtråd om vad som kan locka med just litteraturreSOR. För varför gör människor litterära resor? Varför spendera tid och pengar på att ta sig till en plats, som de kanske redan sett tusentals gånger på tv? Enligt Couldry (2003, s. 81) handlar det om *media boundaries*. Att *icke-mediepersonligheter* inte har tillgång till platser där media produceras, gör att det känns exklusivt att få vara där. Om så bara för ett besök.

Media pilgrimsfärder och rituell praxis

Mediepilgrimsplatserna som de litterära resenärerna besöker, säger oss egentligen inte så mycket i sig. Det räcker inte med att läsa dem som texter, vi måste gå under ytan till processen genom vilka de blir producerade till meningsfulla platser. (Couldry 2003, s. 86) Så: Vad gör människor på platsen? Vad är deras ritualer? Normer? Vad pratar de om? Genom att titta på det kan vi få en ledtråd om varför platsen blir meningsfull. Då det inte forskats särskilt mycket på mediepilgrimer (Couldry 2003, s. 77) finns det ingen färdig mall för analys, men Couldry har definierat ett antal begrepp och rituella beteenden som jag senare kommer använda i analysen av mitt empiriska material.

- ***Parcelling out***

Parcelling out betyder enligt min uppslagsbok ”att dela ut”, på svenska, men det är ett begrepp som är svårt att översätta rakt av. Det handlar om att peka ut skillnader och likheter, mellan den plats man sett eller läst om i media, och som man nu befinner sig på i verkligheten. Det kan handla om ytterst små skillnader och likheter, som kan verka triviala. Men att ändå lägga märke tills dessa, och peka ut dem, manifesterar det speciella i att få besöka ”media platser”, i jämförelse med ”vanliga platser” (Couldry 2003, s. 86).

Som ett exempel på detta beskriver Couldry hur besökarna på NBC Studios Tour i New York, flämtade till när de steg in i studion till Rosie O'Donnel show, en populär talkshow med kända gäster.

"People talked quickly: they wanted to know exactly where 'Rosie' sits, where her band sits, and how the impression of larger space is created for television." (Couldry 2003, s. 87).

Detta lyfter i sin tur fram hierarkin inom *media space* där vissa platser blir viktiga för att de varit i media, och genom att besöka dem befäster människor denna status (Couldry 2003, s. 87).

- ***Alla litterära resmål är inte lika mycket värda***

Det är inte bara i mötet mellan mediepilgrimer och plats som dessa hierarkier blir synliga, utan det är även olika beroende på platsen och vem som gör mediepilgrimsresan. Till exempel beskriver Couldry (2003, s. 88) att det kan bli som en tävling i smak, där vissa kan få skämmas över sitt val av litterärt resmål. I Sjöholms forskning finns ett målade exempel på detta. Här följer en kommentar från dåvarande turistchefen i Ystad, som beskriver en skillnad mellan litterära-turister och film-turister.

"Wallanderturismen är lite som 'Hänt i veckan', sa dåvarande turistchefen. Ingen läser tidningen, men den har 40 000 prenumeranter. Litteratorturisterna förefaller tycka att det är lite pinsamt att de gillar Wallander och följer i hans spår. Här anas en motsättning mellan så kallad finkultur och populärkultur. Litteratorturisterna smyger med sin Kurt Wallander och skyltar inte med att de kommer hit för att besöka honom, sa turistchefen. Däremot är filmturisterna mycket tydligare med sitt intresse." (Sjöholm 2011, s. 59).

Men Couldry menar att hierarkierna också blir synliga i fråga om *vem som gör resan*. Om det är någon som redan är i media framställs det med respekt, medan de som inte hör till den kategorin löper högre risk att bli förlöjligade för sitt val av resa. (Couldry 2003, s. 88) Med det sagt finns det även en annan syn på saken, som Maria Lexhagen, som forskar om popkulturturism vid Mittuniversitetet, ringar in något i sitt uttalande i artikeln *Popkulturens pilgrimer ritat om turistkartan* (Lenas, 2013)

– *Globalt sett blir människors värderingar av sig själva och av vad som är viktigt i livet mer egocentrerade. Det är en individualiserad värld och det stämmer väl överens med vad det innebär att vara ett fan. Man vill uttrycka sig själv och framhålla ett starkt jag, men gärna göra det i grupp.*

- **Media space - att upprätthålla gränserna**

Couldry framhäver också att mediepilgrimen själv lägger märke till, och upprätthåller gränsen mellan ”medieverklighet” och ”vanlig verklighet”. (2003, s. 89) Att det blir en ritual att bekräfta *media space* på mediepilgrimsplatsen, i form av att man kanske inte får öppna vissa dörrar under en guidad tur i ett författarhem, inte röra vissa föremål, eller beträda scenen under en teaterföreställning. Till exempel beskriver han hur en besökare på Granada Studios Tour, tar tag i dörrhandtaget till ett av husen på inspelningsplatsen av tv-serien *Coronation Street*, inte för att försöka komma in, utan för att understryka gränsen mellan ”media verklighet”, och ”vanlig verklighet”.

”I actually felt privileged just to turn the knob and try to get in (to the Rover’s)...No, no, it was just brilliant to be photographed outside it.” sa besökaren i fråga. (Couldry 2000, s. 111)

Det är inte bara en ritual av att bekräfta *media space* på själva mediepilgrimsplatsen, utan även för att retroperspektivt kunna bekräfta ditt möte med den gränsen när du är hemma igen. Till exempel genom att ta ett foto som ”bevis” att du varit på platsen.

I found many examples of people phoning, or posting cards from the Coronation Street set, so as to have retroerspective evidence that they had entered a media location”. (Couldry 2003, s. 89)

Om man tänker på dagens användning av smartphones och sociala medier, kan man tänka sig att detta kommer till uttryck ännu tydligare idag. Couldry beskriver webben som ett ställe som kan fungera väl för att lämna spår av tidigare media pilgrimsresor, och för att få inspiration till att påbörja nya. Men inte som ett substitut för att göra själva pilgrimsresan. Tvärtom förstärker bilderna som läggs ut betydelsen av platsen, och kan inspirera till nya resor.

Metod

För att få en bättre förståelse för hur jag gått tillväga i min undersökning behövs en närmare förklaring av vilken metod jag använt mig av. Därför följer här en beskrivning av vad jag valt att göra, mitt tillvägagångssätt och hur jag använt mitt empiriska material. Min ambition är att vara så transparent som möjligt, så att det går att följa hela processen. Jag kommer även att diskutera för- och nackdelar med de val jag gjort, och belysa hur dessa kan ha påverkat studiens utfall.

Val av metod

I valet av metod är det viktigt att utgå från studies syfte (Larsson 2000, s. 50). Syftet med min studie var att undersöka hur besökare upplever litteraturreSOR, med utgångspunkt hos personer som besökt Oslo för att se inspelningsplatser från tv-serien Skam. Då detta är ett utforskat område, valde jag att göra en kvalitativ studie. Denna typ av studie ger snarare en djupare förståelse än en generell överblick och passar därför bra att använda när man ska kartlägga nya områden. Det finns olika sätt att genomföra en kvalitativ undersökning. Men intervjuer, fokusgrupper eller etnografiska observationer passar bra att använda då man vill få en djupare förståelse kring människors tankar, värderingar och uppfattningar (Larsson 2000, s. 50). Som jag tidigare nämnt finns det inte särskilt mycket forskning kring just resenärerna inom forskningen om litterära resor, och därför blev det ännu viktigare för mig att använda en metod där nya tankar och idéer går att fånga in. Därför beslutade jag mig även att använda semistrukturerade intervjuer som tillvägagångssätt, där jag utgick från vissa teman i mina frågor, men ändå lät samtalet styras mycket beroende på vad intervjupersonerna svarade. Det kan vara bra att ha i åtanke att det inte går att generalisera statistiskt utifrån resultatet när man använt sig av en kvalitativ metod, på samma sätt som med kvantitativ metod. Ambitionen med min studie är istället att kunna se mönster i det empiriska materialet, och på så sätt kunna lyfta fram det typiska och avvikande i hur människor upplever en litterär resa till Skamplatser i Oslo.

Urval

Inför genomförandet av min studie satte jag upp ett antal urvalskriterier.

För det första skulle respondenterna ha besökt inspelningsplatser från Skam i Oslo under de senaste tre månaderna, så att minnet av resan fortfarande skulle vara färskt. På så vis hoppades jag kunna fånga in en så äkta version av respondentens upplevelse som möjligt.

För det andra skulle respondenterna inte ha tagit en guddad Skam-tur i Oslo, utan ha tagit reda på inspelningsplatserna och besökt dem ”på egen hand” – ensam, eller med sina egna vänner.

Då mycket av den tidigare forskning som finns om litteraturreSOR utgår från producenternas perspektiv, ville jag på så vis istället se till att fokusera på deltagarens upplevelse och fånga in den relativt ”oproducerade” upplevelsen av platserna i Skam.

När det gäller ålder så ville jag fånga in en så stor bredd som möjligt. Serien Skam vänder sig huvudsakligen till norska tjejer i 15-års åldern, men har trots det lyckats finna tittare i alla åldrar, både i och utanför Norge. (Haimi, 2017) Jag ville därför inte begränsa mig till att ha samma målgrupp som serien i denna studie, utan öppna upp för deltagare i åldrarna 18 – 70 år, och gärna få en så stor spridning som möjligt. Detta för att få en bredd på respondenternas upplevelser, och eventuellt kunna se om det finns en skillnad i hur deltagarna upplever besöket beroende på ålder, eller om samma känslor infinner sig i kroppen på en 20-årig eller 70-årig Skam-resenär som får se Hartvig Nissens skola i verkligheten.

Min ambition var att genomföra 6 – 8 semistrukturerade intervjuer ur denna målgrupp, med lika delar män och kvinnor, och så spridda åldrar som möjligt. Av praktiska skäl ville jag även att personerna skulle kunna befinna sig i Göteborgsområdet vid intervjutillfället. För att få kontakt med potentiella respondenter använde jag mig av ett så kallat snöbollsurval, där jag tog kontakt med personer i min närhet, som i sin tur tipsade om personer i sin närhet som uppfyllde urvalskriterierna för studien. På så sätt kan snöbollen rulla vidare, och bli större och större (Esaiasson & Gilljam & Oscarsson & Wängnerud 2012, s. 189) Risken med snöbollsurval är dock att personerna i det färdiga urvalet bara innehåller respondenter från en specifik delmängd. I mitt fall handlade det om att de flesta personerna som tipsades om, precis som jag var i 25-års åldern. För att få en större bredd på åldern rekryterade jag därför även respondenter genom att tilltala en befintlig grupp (Larsson, 2010). i ”Kosegrupp Sverige”, den Skam-relaterade Facebookgrupp som i skrivandets stund följs av cirka 20 000 svenskar, som samlats för att diskutera Tv-seriens handling och karaktärer. Här publicerade jag ett inlägg där jag berättade om min studie, och efterlyste personer som besökt Skam-platser i Oslo, och ville dela med sig av sin upplevelse. Via detta inlägg fick jag tag på ytterligare intervjupersoner i andra åldrar, men endast en man – som inte bodde i Göteborgsområdet, men som var 70 år gammal och besökt ett stort antal Skam-platser i Oslo. För att försöka få bredd i materialet valde jag därför att göra ett undantag, och även göra en intervju per telefon. Och för att få en klarare bild studiens deltagare, infogas här en lista med deras fingerade namn, ålder och huvudsakliga sysselsättning.

- *Mikael, 70 år. Pensionerad.*
- *Ingrid, 38 år. Arbetande.*
- *Sara, 35 år. Arbetande.*
- *Emma, 24 år. Arbetande.*
- *Mari, 21 år. Studerande.*
- *Linn, 21 år. Studerande.*

Genomförandet

Inför intervjuerna sammanställde jag en intervjuguide utifrån studiens tre frågeställningar, med frågor rörande respondentens upplevelse före, under och efter resan. Denna guide var från början väldigt öppen med frågor som ”Hur såg dina förväntningar ut inför resan?” och ”Vill du berätta om din dag i Oslo?”. Allt eftersom jag genomförde intervjuerna och upptäckte vilka teman som återkom, kunde jag sedan fånga upp dem med mer specifika följdfrågor.

För att kunna genomföra en framgångsrik intervju behöver forskaren skaffa sig goda förkunskaper om det ämne som ska studeras, samt vara insatt i kontexten. Allt för att kunna få ett konstruktivt samtal, och en förståelse för det som sägs i intervjun. Samtidigt som detta ska balanseras med att forskaren ska vara opartisk (Larsson 2000, s. 68 – 69). Jag har själv följt TV-serien, vilket var viktigt för att förstå seriens platser, karaktärer samt deras relation till varandra. Jag har även själv besökt några av de Skamplatser som mina respondenter berättade om. Att observera fenomenet på plats inför ett intervjuarbete stärker undersökningskvaliteten (Larsson 2000, s. 69). Så att ha varit på plats i Oslo och själv sett Skamplatserna, hur de rent geografiskt ligger i relation till varandra, samt veta vilka scener som utspelat sig där visade sig vara väldigt viktigt för att kunna förstå respondenternas beskrivningar, och kunna ställa relevanta följdfrågor. Intervjuerna påbörjades alltid med frågan ”Vad är din relation till Skam?” för att intervjupersonerna skulle få börja reflektera lite om denna tv-serie som de flesta av dem var så engagerade i, och ge en avslappnad start på intervjun. Sedan gick jag vidare till att fråga om deras resor i ordningen *före*, *under* och *efter* resan, för att ge både mig och mina intervjupersoner en viss struktur att samtala kring. I slutet av varje intervju ställdes den avslutande frågan ”Är det något du vill tillägga?”, ifall respondenten skulle vilja ta upp något vi inte pratat om.

Transkribering och Analys

Transkriberingen av intervjuerna skedde alltid samma dag, eller dagen efter intervjutillfället. Det är viktigt att detta görs så snabbt som möjligt efter intervjutillfället, då man fortfarande minns reflektioner man gjort på grund av svaren, motstridiga utsagor, eller tonlägen som är viktiga att få med (Larsson 2000, s. 64). Om respondenten till exempel är ironisk i ett svar, är det bra att ha det med sig från början, ifall det inte hörs lika väl på inspelningen. När det sedan var dags att analysera materialet läste jag igenom de transkriberade intervjuerna för att få en första överblick, och skrev ner tankar och funderingar som dök upp. Materialet färgkodades sedan, med en färg för varje frågeställning där jag markerade citat som liknade varandra, eller stod ut extra mycket från det övriga materialet. Jag hittade även återkommande teman inom samma frågeställning, som jämfördes för att kunna se mönster och avvikelser mellan intervjupersonernas upplevelser.

Diskussion av metod

Hur många intervjuer som ska göras i en kvalitativ intervjustudie avgörs beroende på när empirisk mättnad uppstått, det vill säga då man som forskare inte längre stöter på ny information i det insamlade materialet. I mitt fall blev det sex stycken. Efter dessa intervjuer upplevde jag inte att jag fick in några ”nya” svar från mina intervjupersoner, utan samma teman återkom gång på gång. Då måste man som forskare fråga sig om detta beror på hur frågorna är ställda, eller på att de huvudsakliga perspektiven redan kommit fram. För att vara helt säker på detta, hade jag helst velat göra åtminstone åtta stycken intervjuer, med en mer jämn köns- och åldersfördelning. Som det såg ut nu var tre av intervjupersonerna mellan 20 – 30 år, två mellan 30 – 40 och en 70 år. Om åldern spelade någon roll för respondenternas upplevelse går det därför inte att fastslå utifrån min studie. Detsamma gäller könsfördelningen, då jag hade ambitionen att intervjua hälften män och hälften kvinnor, men fick endast tag på fem kvinnor och en man. Vad dessa aspekter skulle kunna ha för påverkan på resultatet är svårt att säga, men kanske hade andra perspektiv och upplevelser av intervjupersonernas resor lyfts fram, om spridningen vad gäller ålder och kön blivit mer jämn.

Giltighet och tillförlitlighet

Giltighet och *tillförlitlighet* är två begrepp som ofta används inom kvalitativ forskning, istället för validitet och reliabilitet. (Larsson 2000, s. 13) Giltighet innebär att det finns en samstämmighet mellan empiri och teori, så att studien verkligen undersöker det den säger sig ska undersöka. Det kan exempelvis handla om att frågorna i en intervjuundersökning verkligen fångar in rätt område. (Larsson 2000, s. 13) Tillförlitlig blir intervjuundersökningen om den är utförd på ett korrekt sätt. (Larsson 2000, s. 13) Som att den inte innehåller några felkällor, eller att intervjupersonerna gett ärliga svar. Det finns många olika faktorer som kan påverka studien på ett eller annat sätt, och som forskare är det därför viktigt att vara medveten om dessa och sträva efter att vara så systematisk och transparent som möjligt under studiens genomförande.

Intervjuerna jag genomförde var mellan 30 – 50 minuter långa och tog plats på caféer i Göteborg, med undantag av en telefonintervju. Fördelarna med personliga intervjuer, där respondent och intervjuare möts i verkligheten är att det blir lättare att inte missa något i intervjupersonernas kommunikation. Som att kunna se personens kroppsspråk, och få bekräftande kommentarer från respondenten så att man vet att man uppfattat deras svar på rätt sätt. Tid och plats för intervjun valdes i samråd med respondenten, så att denna skulle känna sig bekväm i miljön. Både intervjuare och respondent kan nämligen bli påverkade av intervjusituationen, till exempel störda av omgivningen (Esaiasson & Gilljam & Oscarsson & Wängnerud 2012, s. 323) så det var viktigt att genomföra intervjun på lugna caféer. Vid ett par intervjutillfällen valde jag också att intervjua två personer samtidigt. Det var när dessa två

rest till Oslo för att besöka Skamplatser tillsammans. Precis som vid fokusgruppintervjuer finns det då en risk att gruppdynamiken kan påverka studiens resultat. Fördelen är att intervjupersonerna kan bolla olika tankar med varandra, samt påminna varandra om händelser och upplevelser de vill berätta om. Nackdelen med detta hade kunnat bli att skulle påverkas av varandras svar, och bara hålla med varandra. Ett resultat baserat på sådana svar skulle inte undersöka det som ska undersökas, och hade lett till låg giltighet. Dock kände dessa respondenter varandra väl, och då de under intervjun uttryckte olika åsikter om samma frågor tror jag inte att detta medförde något negativt till resultatet. På samma vis kan ämnet i sig ibland avskräcka deltagare från att ge helt sanningsenliga svar, om det till exempel är en undersökning om något känsligt ämne. Att berätta om sin resa till Skam-platser bör dock inte leda till en sådan situation, då resan bottnade i deltagarens intresse för en serie de tycker om. Som intervjuare förtydligade jag också att det inte fanns några svar som var rätt eller fel, utan att alla svar var välkomna för att deltagarna verkligen skulle vilja dela med sig om sina åsikter om upplevelsen – vare sig de var positiva eller negativa.

I rollen som forskare i en intervjuundersökning är det också viktigt att förhålla sig kritiskt till sig själv. Att låta intervjupersonerna komma till tals till fullo, och inte påverka samtalet så att intervjupersonen känner sig tvungen att säga saker som hen egentligen inte menar (Larsson 2000, s. 70). Intervjuaren behöver alltså vara så neutral som möjligt, men utan att bli opersonlig (Larsson 2000, s. 61). Det gäller att hitta en balans mellan en ledig intervjustil, och för mycket småprat. Respondenten är där för att bli intervjuad och förväntar sig därmed en viss struktur. Om intervjun börjar likna vardagsprat alltför mycket kan det i sig bli ett störningsmoment (Larsson 2000, s. 61). Jag själv har följt Skam noga och tycker mycket om serien, även om jag egentligen är mest intresserad av det som fenomen än som tv-serie. På så vis fick jag tona ner mitt intresse för serien något under intervjuerna, samtidigt som det var till stor fördel att vara insatt i Skam-universumet för att kunna ställa relevanta följdfrågor och verkligen förstå kontexten. En förförståelse var alltså nödvändig, men som forskare bör man aldrig låta sin tolkning styras av sina egna erfarenheter och upplevelser (Ekström & Larsson, 2010 s.15). Vid analysen av det empiriska materialet har jag därför tänkt på att inte bortse från avvikelser, utan strävat efter att ha en öppen hållning för alternativa tolkningar.

Studiens etiska överväganden

När det kommer till forskning är det viktigt att de individer som deltar i studien inte utsätts för psykisk eller fysisk skada, förödmjukelse eller kränkning. Därför har Vetenskapsrådets ämnesråd satt upp ett antal etiska riktlinjer, som man som forskare bör förhålla sig till (Vetenskapsrådet, 2002). Dessa etiska riktlinjer är något som jag hela tiden tagit hänsyn till, för att säkerställa att min studie genomförts med etiska överväganden kring dessa frågor.

För det första finns *Informationskravet*, vilket innebär att deltagarna ska informeras om den aktuella studiens syfte (Vetenskapsrådet, 2002). Respondenterna ska även bli informerade om

deras uppgift i studien, vilka villkor som gäller, samt att det är frivilligt att delta i studien och att de har rätt att avbryta intervjun.

För det andra behöver man som forskare informera om *Samtyckeskravet* (Vetenskapsrådet 2002). Att deltagarna i en studie själva har rätt att bestämma över sin medverkan. Om en person som deltar till exempel är under 15 år, eller om ämnet är av etiskt känslig karaktär kan också samtycke behöva hämtas från förälder eller vårdnadshavare. Då detta inte var fallet för mig, handlade det istället främst om att informera respondenterna om att de hade rätt att bestämma om, hur och på vilka villkor de ville delta.

För det tredje finns *Konfidentialitetskravet*, som innebär att "*Uppgifter om alla i en undersökning ingående personer skall ges största möjliga konfidentialitet och personuppgifterna skall förvaras på ett sådant sätt att obehöriga inte kan ta del av dem*" (Vetenskapsrådet, 2002). Personerna som deltagit i min undersökning har därför fått full konfidentialitet, och fingerade namn i uppsatsen. Till sist har inte informationen som samtals in under studiens gång används på något annat sätt än för forskningsändamål, vilket uppfyllt Vetenskapsrådets sista krav: *Nyttjandekravet* (Vetenskapsrådet, 2002).

Resultat

I denna del presenteras resultatet av mina intervjuer, med utgångspunkt i studiens tre frågeställningar: *Vad har resenärerna för förväntningar före den litterära resan?*, *Vad är resenärernas upplevelse under resans gång?* och *Hur reflekterar resenärerna om sin upplevelse, vid hemkomsten?* Resultatet för varje frågeställning kommer även vävas samman med en analys, baserad på teori och tidigare forskning. De sex intervjupersoner som deltog i studien, hade olika relationer till Skam. Någon hade upptäckt den vid premiären på NRK år 2015, medan andra blivit tipsade om serien under säsong tre då den slog igenom ordentligt i Sverige. Någon hade följt klippen i realtid och tagit del av hela den transmediala berättelsen genom Instagram och Messenger konversationer, medan någon bara sett avsnitten på SVTplay. Gemensamt för alla respondenter var dock att de valt att resa till Oslo, och besöka inspelningsplatser från serien. Hur de upplevde sin litterära resa, kommer nu presenteras i ordningen: *Före, under och efter resan.*

Före resan

Här kommer jag att redovisa vad resenärerna förväntade sig av resan. Vad hoppades de få se och uppleva på inspelningsplatserna? Låg dessa förväntningar till grund för att resan blev av, eller fanns det andra anledningar?

Motivationen till resan

Precis som med alla resor, finns det ofta fler än en anledning till att vilja åka på en litteraturresa. Sjöholm beskriver till exempel i boken *Litterära resor*, hur en fiktiv berättelse kan ha inspirerat valet av resmål, men att det kan vara helt andra faktorer som gör om resan till slut blir av (Sjöholm 2011, s. 9). Efter att ha sammanställt alla intervjuer i min studie, visade det sig att samtliga respondenter hade fler än ett skäl att resa till just Oslo. De ville se själva staden, uppleva turistmål som Operahuset, hälsa på vänner som bodde där, eller valde det som ett utflyktsmål med kompisar för att det inte ligger alltför långt från Göteborg. Gemensamt för dem alla var dock att de valde att åka i kylan under de tidiga vårmånaderna februari, mars eller april – och att Skam och dess inspelningsplatser var drivkraften som gjorde att resan blev av just där och då.

För Mikael var Skam och dess inspelningsplatser syftet med hela resan. Han beskrev hur han, direkt efter att ha sett klart den tredje säsongen av Skam, kontaktade sina vänner i Oslo för att planera in ett besök.

Mikael: Det var så att jag hade varit där och hälsat på dem förra våren, år 2015. Då hade ju faktiskt Skam startat, tänk om jag hade fått veta det då! Men det fick jag ju inte. Så när jag började bli riktigt såld på Skam så skrev jag till dem och sa ”Åh, vad trevligt det var i våras. Vad kul det vore om det kunde bli igen!”

För Mikael blev besöket hos vännerna något att ”skylla på”, som han själv uttryckte det.

Mikael: Jag har nära vänner som bor i Oslo, så jag hade någonting att skylla på. Att det inte bara var därför jag åkte dit. Men Skam var den egentliga drivkraften, absolut.

Linn åkte till Oslo tillsammans med sitt kompisgäng, och beskriver istället hur hennes resa i första hand handlade om att umgås. Men att Skam var en bidragande faktor till valet av resmål.

Linn: Jag ville se Oslo, och Skamplatser. Men min största grej var nog att vi hade lyckats få ihop alla våra vänner, att alla kunde hänga med just den här helgen. Så jag var nog mest taggad på det. Det känns som att om det bara varit för Skam, så hade vi inte alla åkt. Men det var definitivt en anledning till att vi just där och då, åkte just dit.

Ett par av respondenterna beskriver också att idén till resan började lite som ett skämt, som sedan blev allvar.

Ingrid: Egentligen började idén om att resa dit lite som ett skämt. Jag insåg att jag typ inte varit i Oslo. Jag har haft bilden av Norge att det är ganska tråkigt och larvigt, och vad pratar de för konstigt språk. Och sen när man såg serien tänkte man: Nämen gud vad sjukt coola de är! Är de så här coola i Oslo? Den här staden borde man nog åka till.

Skam och dess inspelningsplatser var sammanfattningsvis en viktig faktor för att resan till Oslo skulle bli av för intervjupersonerna. Men vad förväntade de sig då av resan?

Förväntningar och drömmar

Att åka till Oslo för att gå i Skams fotspår, innebär att man får se platser man redan sett på tv – kanske hundratals gånger. Vad är det då man förväntar sig att få ut av resan, som man inte kan få genom tv-skärmen? Mina respondenter hade lite svårt att sätta ord på just detta. Intervjuerna ägde rum efter deras besök i Oslo, så för att få en klarare bild av endast förväntningarna hade man kanske kunnat göra intervjuer även före resan. Nu blev det lätt att både de, och jag som intervjuare, gled över i samtalet till deras upplevelse när de väl var på plats. Men det jag fick fram var att intervjupersonerna främst ville besöka platser där deras favoritkaraktärer varit i serien, ta bilder på igenkännbara platser – och mest av allt stilla det oförklarliga sug de kände efter att få komma dit.

Mikael: Ja, alltså det är svårt att säga vad jag hade för förväntningar. Det var ju ett sug att komma till de här platserna. Om man tycker om något väldigt mycket, så har det ju en tjusning i att komma till platsen där det är inspelat. Om man gillar ”Vänner” så vill man komma till det där Perk-caféet som de alltid satt på. Men i det här fallet blir det så himla speciellt eftersom det är så oerhört verkligt. Och jag kände ju liksom på fullt allvar, dels att

jag genom Skam fått ett gäng nära vänner och att när säsong tre var slut så hade jag förlorat mina nära vänner. Det var ju väldigt känsloladdat på något sätt. Och att då komma till de här platserna, och komma så nära verkligheten.

Förväntningarna *före* resan kunde också hänga ihop med att ha något att visa upp *efter* resan. Som att kunna säga att man varit där, eller lägga upp ett foto på sociala medier.

Mari: Jag tror verkligen att jag tänkte innan att jag ville hitta *the one*, bänken och ta en bild där. Och kanske en bild med en kaffe på Kaffebrenneriet.

Men den aspekt som blev mest framträdande i alla intervjuerna var snarare en dröm, än en förväntning. Att träffa på någon av skådespelarna i serien.

Mari: Mina förväntningar var ju att få prata norska med folk där. Att få besöka Skam-platser. Eventuellt, om vi hade tur träffa någon i Skam, någon skådespelare. Men det var inget jag förväntade mig, jag var mer så här...tänk om? Det var drömgrejen lite.

Just att det fanns en chans att träffa på någon av seriens skådespelare verkar ha bidragit mycket till respondenternas önskan om att åka till Oslo. Som tidigare nämnt rör sig många av seriens skådespelare i samma områden som använts som inspelningsplatser i Skam, och flera respondenter beskrev hur de sett andra fans lägga upp bilder på sociala medier tillsammans med dem.

Mari: Vissa fans, upplever man, åker dit för att träffa dem och prickar in vardagar när de vet att de är på jobb eller skola och går dit. Vi åkte ju dit på en helg, och tänkte att vi kommer antagligen inte träffa dem. Men vi höll ju ändå lite koll på det. Just för att man sett fans som har träffat dem, och man ser att många av skådespelarna lägger upp grejer som alla kan ta del av på sina egna sociala medier, och därför kan man ofta se hur de rör sig runt i stan. Så det är en jättestor grej tänker jag.

Men det är inte bara hoppet om att träffa på skådespelarna i verkligheten som blir centralt, utan att det dessutom skulle bli i samma *miljöer* som man sett dem i på tv. Att exempelvis både skådespelaren Tarje och hans karaktär Isak går på samma skola.

Mikael: Drömmen var ju naturligtvis att Henrik skulle stå bakom disken på Kaffebrenneriet, som han hade gjort så nyligen. Eller att Tarje skulle dyka upp där på skolgården.

Fiktion och verklighet smälter samman, på samma sätt som Sjöholm beskriver "Wallanderlandet" Ystad, där Mankell har skapat den fiktiva karaktären Kurt Wallander och en fiktiv berättarvärld, som utspelar sig i verkliga, existerande miljöer (Sjöholm 2011, s. 50). "Gränsen mellan fiktion och verklighet flyter ihop än mer när skådespelaren Krister Henriksson i rollen som Kurt Wallander flyttar in på den verkliga Mariagatan. Ystad

förvandlas till en levande filmkuliss.” (Sjöholm 2011, s. 51). Detta gör Skam till ett unikt litterärt resmål just nu, där samma platser och personer kan återfinnas både i fiktionen och verkligheten.

Intervjupersonernas motivation till resan, samt deras förväntningar och drömmar knyter an väl till Nick Couldrys teorier om *media rituals*. Hierarkin och kategoriseringen mellan personer och platser som figurerar i media, och de som *inte* gör det kommer fram tydligt i intervjupersonernas intresse om att få se inspelningsplatserna på riktigt, samt i deras drömmar om att möta någon av seriens skådespelare. Det och de som representeras i medierna ses som mer viktigt, än det som inte gör det (Couldry, 2003). Men man skulle även kunna knyta dessa deras motivation till resan, till forskningen om *fandom* och att vilja göra en litterär resa för att sträcka ut det fiktiva universumet.

Linn: Man vill bara se det. Man kan ju inte kolla på filmerna eller serien hur många gånger som helst, jag tror bara det är det. Man vill ha mer bara, av universumet.

Genom att vara på plats i Oslo, kunde respondenterna alltså kunna försöka komma närmare den fiktiva värld som Skam visat dem.

Under resan

Nedan kommer jag att redovisa för resenärernas upplevelse av resan, väl på plats i Oslo. Hur upplevde de att vara på platserna från tv-serien, i verkligheten? Vad kände de? Vad gjorde de?

På plats i fiktionen

För att ge en bild av hur intervjupersonerna upplevde att komma till inspelningsplatser från Skam, börjar jag här med att beskriva deras första möte med platsen, och hur de tyckte att det kändes att få se det i verkligheten. Nedan berättar Sara och Ingrid om första anblicken av Hartvig Nissens skola, där mycket av handlingen i Skam utspelar sig.

Sara: Jag kände att det skulle bli jättekul att se platserna, men jag trodde inte att jag skulle känna så starkt som jag gjorde. För det var ju sjukt! När vi satt på första platsen vi besökte, på skolan, och det var ju en fredag så det var ju liksom anledningen – att vi ville dit innan de stängde. Först och främst kändes det så litet, man kan ju tänka sig när de spelar in att det är större, men det är ganska litet. Det var en väldigt liten skola egentligen. Men man bara kände i hjärtat att *där*. Man såg nästan allt framför sig. Och då satte vi oss självklart på den här bänken.

Ingrid: *Bänken-bänken*. Och då sitter det ju tre elever framför oss på trappan, en i russebuskläder.

Sara: Ja, vi hamnade ju typ i det. Eller det kändes verkligen som att det var på riktigt alltså. Och varje gång skoldörren öppnades så var vi tvungna att kolla: Vem är det som kommer?

Eufori och tomhet

Detta citat visar på flera aspekter som återkom hos alla mina intervjupersoner. För det första visar det på att åsynen av platsen i verkliga livet, framkallade starka känslor. Precis som Sjöhom beskriver det i *Litterära Resor* ”Att få se, känna och uppleva miljöer som beskrivs i ens favoritböcker eller –filmer är naturligtvis en stark upplevelse: att verkligen få vara där och erfara allt ”på riktigt”.” (Sjöholm 2011, s. 36). De flesta av intervjupersonerna kände en stark glädje över att vara där. Mari berättar till exempel så här om sitt första möte med Kaffebrenneriet:

Mari: Gud, jag har velat vara här så länge, och jag har sett bilder på andra som varit här, och nu bara är jag här själv. Det var så överkligt. Att bara kunna gå in där och köpa en kaffe. Det var ju helt sjukt liksom.

Mikael, å andra sidan beskrev en slags tomhet.

Mikael: Det var ju ett sug att komma till de här platserna, och på sätt och vis kan man säga att det blir litegrann en besvikelse. För när man har gjort det, fylldes jag av en viss tomhet. Att

sitta där på den där bänken. Och det är ju enormt odramatiskt på ett sätt, och en väldigt stor grej på ett annat sätt. Jag skrev i min dagbok, du får ursäkta uttrycket med gammal latin, med jag skrev att det var som post-coital tristesse – alltså tomheten efter samlag. Pang! Gjort! Och sen sitter man där och...tittar ut. Jag minns att jag kände en sorts sorg, eller tomhet, när jag hade gjort det.

Intervjuare: Vad tror du det berodde på?

Mikael: Jo, men alltså. Underströk. Att det inte *är* verkligt. Jag söker en verklighet som inte finns. Jag försökte komma in i det här parallella universumet och det går ju inte.

Denna känsla av tomhet återfanns inte hos de andra respondenterna, utan hos dem handlade det mer om att för sig själv försöka behålla illusionen av att det var verkligt. Fler exempel på detta kommer beskrivas senare i analysen.

On screen vs off screen

För det andra beskriver citatet med Sara och Ingrid vad de gör, när de väl är på plats. Nämligen att jämföra den verkliga platsen, med den som de sett på skärmen. När man besöker litterära platser krävs det ett visst mått av fantiserande för att kunna ”se” platsen utifrån visuella erfarenheter. Upplevelserna kan verka på flera plan samtidigt, och både vara personliga och subjektiva, samtidigt som de är mönsterbundna processer – alltså något som många upplever på samma sätt. (Sjöholm 2011, s. 36) Man jämför alltså sina minnen från skärmen, med platsen man har framför sig. Även små skillnader, pekas ut och kommenteras, det som Couldry kallar *Parcelling out*. Enligt Couldry (2003, s. 86 – 87) är dessa små jämförelser något som visar på hur ”medievärlden” har en speciell signifikans i jämförelse med den ”vanliga världen”. Detta var något som kom fram starkt även i mina intervjuer. Sara beskriver i citatet att: ”Först och främst kändes det så litet, man kan ju tänka sig när de spelar in att det är större, men det är ganska litet.” Ord som ”större”, och ”mindre” användes ofta hos intervjupersonerna när det kom till att beskriva hur det var att vara på plats. Men även andra små skillnader pekades ut.

Ingrid: Det var inte samma blomma som stod där. (På Kaffebrenneriet) Det reagerade jag på. De hade andra växter.

Emma: Det såg likadant ut antar jag. Eller man får lite så här ”Oj, vad stort det var här!” eller ”Oj, vad litet det var här!” För att man ser allt runt om, och inte bara som en bild.

Något annat som kom fram i denna fråga var att det inte bara var likheter och skillnader mellan platserna på skärm eller i verklighet som pekades ut, utan även mellanrummen mellan platserna kom att spela roll för respondenternas upplevelse. Att få se byggnader från andra vinklar än de som filmats i serien, eller att själv ta sig mellan platserna som seriens huvudpersoner besöker och se hur de rent geografiskt ligger i relation till varandra. Till exempel kommenterades det hur nära caféet Kaffebrenneriet ligger Hartvig Nissens skola.

Ingrid: Det ligger också väldigt nära skolan. Så man märker ju att det är väldigt uttänkt. Om de är på skolan och ska ses och fika efter skolan, så filmar man inte in på ett café som ligger på andra sidan stan. Utan det ska ju upplevas verkligt. Även för de som bor där, och kan Oslo. Så kände jag flera gånger faktiskt – att det är rimligt liksom.

Mari: Isak bor ju i kollektivet i säsong tre, också går han på Nissen. Och kollektivet ligger ju *precis* bredvid Älvebackens skolan. Det är *så* nära, och det är jättelångt till Nissen. Det är på andra sidan stan, så vi tänkte ju på det. ”Herregud att han pendlar här varje dag, det är ändå bra jobbat!” Sånt blir ju lite knäppt.

Linn: Ja, det var lite coolt för man lever sig in i att karaktärerna är äkta. Här måste ju Isak gå varje dag, när han går till skolan. Då måste ju han gå förbi här.

Även här handlade det om att leva sig in i Skam-universumet, och tänka sig att seriens karaktärer finns på riktigt. Dessa mellanrum spelade även roll för respondenternas upplevelse av att titta på serien igen efter resan, men mer om det senare.

Att återskapa scenerna

Ett tredje återkommande svar vad gäller hur respondenterna kände, och vad de gjorde på plats var att återskapa scener från serien. Sara säger till exempel att ”Och då satte vi oss självklart på den här bänken.” Precis som de gör i serien. Alla intervjupersoner beskrev hur de såg scenerna framför sig på plats, och hur de sedan gjorde samma sak som personerna i serien. Ofta samtidigt som en vän fotograferade.

Mikael: När jag var på Kaffebrenneriet så sitter jag på den plats där Isak satt när Even kommer och ritar ett hjärta på fönstret. Så jag har ett foto där, och ett från bänken. På Bislet Kebab var det inte så mycket man kunde göra. Men på Radison Hotell går jag fram och pratar med receptionisten på samma sätt som Even och Isak gjorde.

När jag frågade respondenterna varför de återskapade scenerna, fick jag svar i stil med:

Emma: Alltså man vet ju inte varför man gör de här grejerna. Det är stört egentligen. Men...jag vet inte...man vill se hur det ser ut. Man vill vara Isak och titta ut genom fönstret och bara ”Mama, I’m gay” på sms.

Att återskapa scenerna verkar vara ett sätt att försöka komma nära det fiktiva universum som Skam utgör. Att vara på samma café som en av karaktärerna, sitta på samma stol, och titta ut genom samma fönster. En av respondenterna beskrev att platsen där Isak i serien sitter på Kaffebrenneriet var upptagen när hon kom dit, och det riktigt kliade i kroppen under hennes fikastund, ända tills platsen blev ledig och hon kunde få flytta sig och sitta på ”rätt” ställe. Att sedan dokumentera detta med ett foto kan vävas in både i Couldrys teori om *media space*, och att vilja ha bevis från att ha varit på mediepilgrimsplatsen, men kanske också kan ha något med forskningen om fandom att göra. För vad gör vi egentligen när vi återskapar scener från

en serie? Även om det handlar produktion av enstaka bilder, eller korta videoklipp på Snapchat, kanske kan även detta räknas till *användarbaserat innehåll* som är en del av fandom-forskningen. För inom fanfiction skapar fansen egna berättelser utifrån originalverket i form av en skriven text (Olin-Scheller & Wikström 2010, s.15) och ibland kan fansen skriva in sig själva i universumet. Kan ett foto från Kaffebrenneriet också vara ett sätt att skriva in sig själv i Skam's universum, fast med hjälp av bild istället för text? Och att återskapa scener från serien, och leva sig in i att vara Noora, eller William eller Isak på plats kanske också kan vara en lek med identitet? Att få testa på, och urskilja "jaget" i relation till "den andre" precis som när man skriver fanfiction? (Olin-Scheller, 2009) Om fotot sedan laddas upp på sociala medier, spinner det dessutom inte bara vidare på berättelsen om Skam, utan även på berättelsen om personen som laddat upp det. Kanske kan man säga att Skam blir som en pusselbit i det pussel som visas upp som resenärens egna identitet. Vilket i sin tur kan vara en av anledningarna till att vilja åka på resan från första början – för att manifesteras vem man är genom en litterär resa. Eller som Sjöholm beskriver det: "Vi vill resa som andra reser för att ha gemensamma referensramar men också resa på vårt eget sätt, till andra ställen än dit de vi känner reser. Påfallande många är unika på ungefär samma sätt." (Sjöholm 2011, s. 16)

Att upprätthålla gränserna och hålla illusionen vid liv

Att göra en litterär resa kan alltså vara ett sätt att visa upp vem man är, och att man är på en plats som syns i media. Couldry menar att när *icke-mediapersonligheter* inte har tillgång till platser där media produceras, känns det exklusivt att få vara där (Couldry från s. 81). Men att vandra i Skams fotspår är egentligen ingen exkluderande upplevelse. Här finns inga entréavgifter eller inglasad rekvisita man inte får röra. Vem som helst, som har möjlighet att ta sig till Oslo, kan även besöka platserna från Skam. Det är allmänna platser som alla har tillgång till. Dock kommer dessa *media boundaries* ändå fram på olika sätt. Ett målande exempel på det är Hartvig Nissens skola, där mycket av serien utspelar sig. Efter att många Skamturister gått in på skolan, och väntat utanför lektionssalarna för att få träffa seriens skådespelare har personalen där börjat be obehöriga att lämna byggnaden (Thomsen, 2017). Detta var något som de flesta respondenterna i min undersökning uppmärksammat, och valde att inte gå in på skolan när de var där – trots att de egentligen ville.

Emma: Jag hörde på nyheterna att folk går in på skolan, och att rektorn blivit arg. Klart man inte går in då. Jag kanske hade gjort det annars, i för sig! Man kan ju få gå in på vilken skola som helst egentligen. Men nu hade de ju specifikt gått ut med det.

Mikael berättade att han löst det genom att inte gå in på skolan under sitt första besök där, men senare skaffade biljetter till dramalinjens slutproduktion.

Mikael: Det var ju kul att se Gökboet av en dramaklass. Det var väl inte som att gå på Dramaten eller så, men då fick jag ju helt legalt komma *in* i Hartvig Nissens skola.

Couldry menar att just detta, att bekräfta *media space* genom att upprätthålla gränserna mellan ”media verklighet” och ”vanlig verklighet”, är en del av ritualerna som mediepilgrimer gör när de väl är på plats. På samma vis som man kanske inte får röra föremål under ett besök i ett författarhem, så är det en slags ritual att inte gå in på Hartvig Nissens skola under sin Skamtur. Man *kan* göra det, men då bryts normen. Exakt detta kunde två av mina intervjupersoner berätta om, när de trots allt gick på skolan under sitt besök i Oslo.

Ingrid: Vi gick ju in på skolan, vilket folk blev väldigt upprörda över. Jag la ju ut ett inlägg på Kosegrupp om vad vi gjort första dagen. För vi gick ju in i trapphuset, och det var väldigt lite folk där. Så vi tänkte att vi kan lika gärna gå in, och låtsas att vi har ett ärende in. Är det någon som säger till, så är det ju det. Men det var ingen som sa nåt. Det var ju helt tomt i trappuppgången, så vi tog lite bilder. Vi var ju inte där för att jaga folk, eller störa eller något.

Sara: Vi visste ju att det var stängt också. Men vi kände att vi måste ju se insidan också, nu när vi ändå var där.

Ingrid: Jag la ju upp lite bilder då, där det syntes att vi var inuti skolan. Då var det ju vissa som sa ”Åh, vad kul, det hade ju varit drömmen!” Sen kom det direkt också ”Får man verkligen gå in på skolan? Får man gå in där hur som helst?” Och det var någon som skrev ”Det där är ju helt fucked up!” Jag kände bara att Kosegrupp är ju till för att sprida kos, så jag bara jag bort inlägget. Jag kände att det ska inte bli en sån där hatgrej nu, för det är bara trams. Klart att man kan bli avundsjuk liksom, men det var ju bara en kul grej. Vi var ju inte där för att förstöra för någon. Men det har varit ganska mycket tjafs om det, för nu med den här säsongen så förföljer de tydligen folk väldigt mycket, och försöker luska ut var de är så att de förstör inspelningarna. Det var ju inte det vi var ute efter. Vi var ju inte på skolan för att vi hoppades att de spelade in en scen. Det var ju inget vi förväntade oss heller.

Här var det alltså inte skolans personal som sa till besökarna att lämna skolan, utan andra fans av Skam som upprätthöll *media space*. Samma upprätthållning av gränserna återkommer när intervjupersonerna berättar om sina upplevelser av att träffa skådespelare från serien, eller fantasierna om att vilja göra det.

Emma berättar om hur hon fick veta av personalen på Kaffebrenneriet där hon just då befann sig, att en seriens skådespelare jobbade där.

Emma: Det är liksom en vanlig plats, så man kan gå dit. Och ens inre stalker säger ”Jag ska vänta här tills han kommer på jobb!”. Men om han kommit dit hade det känts dåligt. Väldigt jävla dåligt. Det är alltid så när man träffar en kändis, eller ser en kändis. Man typ glör, skrattar, försöker att inte skratta och ser överdrivet sur ut istället. Och sedan skäms man över att man är äcklig och går därifrån.

Att skämmas för sin Skam

Just det här med att skämmas för sitt intresse för Skam är en annan företeelse som återkommer hos intervjupersonerna. Couldry beskriver att sådant kan förekomma under

litterära resor, på grund av att mediehierkierna blir synliga. Att det blir som en tävling i smak, där vissa platser är ”finare” att besöka än andra, men att det också kan bero på vem som gör resan. Om den görs av en *mediepersonlighet* framställs den litterära resan med respekt, medan en *icke-mediepersonlighet* löper större risk att bli förlöjligad för sitt val av resa. (Couldry 2003, s. 88) Skam skulle kanske snarare räknas till populärkultur än finkultur, men trots det verkar det inte vara där skammen ligger hos mina respondenter.

Linn: Folk i min klass brukar shadea mig för att jag kollar på en fjortiserie. Men det bryr jag mig skit om. Jag kunde inte bry mig mindre. Så jag bryr mig inte skit om någon ser mig där och tycker jag kollar på fulkultur heller..

Bland mina respondenter verkade det snarare finnas en stolthet över att kunna visa upp sin passion för Skam, på exempelvis sociala medier. Skammen verkade snarare ligga i att råka störa skådespelarna.

Mikael: Det ju den allmänna klyvningen mellan en sorts lycka över att få göra det här, och också ett slags dåligt samvetet över att det är lite kladdigt. Att liksom på det här sättet... det finns ju ett moment av stalkning i det. Och jag kan säga att jag har fått en helt annan förståelse för stalkers psykologi efter det här. För att jag har ändå fått hålla mig tillbaka från att skriva till Julie Andem, skriva till Tarje, försöka söka upp eller något sådant. Det finns ju ett sug efter att göra det, och det är ju förfärligt!

En annan aspekt som kom fram i samband med frågan om skam och pinsamheter i samband med sin litterära resa, var att flera av respondenterna inte ville bli ”påkomna” som Skamfan under sin resa till Oslo.

Emma: Det kändes som att folk såg på en när man satt och åt kebab på just det stället (Bislet Kebab) och tänkte ”Åh, de är där och äter kebab för att de kollat på Skam, jävla töntar.” Och man själv förstår att de förstår och tänker ”De vet! Jag är påkommen!”

Det kunde handla om att det var lite pinsamt och töntigt att gilla något så mycket att man besökte inspelningsplatserna, men en annan synvinkel var att man inte ville bryta illusionen av att det var verkligt för sig själv. Flera av intervjupersonerna framhävde att de ville smälta in i miljön. Ingrid, 38 år, berättade om sitt besök på Hartvig Nissens Skola:

Ingrid: Vi satt ju där på bänken väldigt länge, och tittade och pratade. Vi kanske inte riktigt såg ut som 18-åringar, men vi var inte heller uppenbara turister.

På samma vis berättar Mari om sin upplevelse att vara på Kaffebrenneriet.

Mari: Om jag skulle gå in på Kaffebrenneriet och säga: ”Jag är ett Skamfan, ge mig kaffe” typ, så hade det varit jobbigt för att det blir en distans till det. Om jag bara går in och köper

kaffe så är det nästan som att, alltså jag vet ju att jag inte är med i Skam eller nåt, men det blir nästan som om jag skulle kunna vara det. Eller att jag faktiskt skulle kunna bo där, och leva i det universumet. Men om jag säger att jag är ett Skamfan är det som att jag hoppar bak en level, och ser det *utifrån* fast jag vill vara *i* det.

Här kan man se hur Jenkins forskning om *fandom* återkommer, där människor själva vill uppleva den värld de fått inblick i genom exempelvis en tv-serie (Jenkins, 2006). Mari vill utvidga det fiktiva universumet, och bli en del av Skamvärlden – men det ska vara på riktigt. Att vilja behålla illusionen av att berättelsen är verklig är något som löper som en röd tråd genom intervjuerna. Även när den verkliga verkligheten visar sig. Det är nämligen så att några av intervjupersonerna hade turen att få sina drömmar om resan besannade, och träffade på ett par av skådespelarna från Skam. Ingrid och Sara såg till exempel huvudrollsinnehavaren till karaktären ”Isak” komma ut från Hartvig Nissens skola.

Ingrid: Skolan är ju två hus, och så en gata emellan. Så då gick vi dit och tittade på det. Sedan gick vi tillbaka, och stod där mitt på vägen och diskuterade ”Vad ska vi göra nu? Är vi färdiga här?” Och då kommer ju han! Och går! För han är ju elev där. Tarje, som spelar Isak. Han var så otroligt lik sin karaktär. För när man sett bilder på honom privat så är det ju något som skiljer. Men det kunde ju lika gärna ha varit inspelning för han var väldigt lik. Och då hade vi ju varit i Oslo i kanske två timmar och bara: ”Skitsamma vad som händer nu, det bästa har redan hänt!”

Mari och Linn skulle besöka en skatepark som använts som inspelningsplats, när de träffade på skådespelaren som spelar ”Jonas” i Skam. Så här berättar de om sitt möte:

Mari: Man ser hur mycket de lånat av skådespelaren till karaktären. För han är ju en skejtare på riktigt, han hade ju liksom Jonas kläder på sig. Han såg ut som Jonas. Om man tänker på vissa andra, som Vilde eller Noora så har de inte så lika kläder som karaktärerna, men han har verkligen det. Så därför kändes det nästan som att, herregud, jag *är* med i serien och det *är* Jonas som är här och skejtar. Det blir så knäppt liksom! Men det var sjukt häftigt. Att få nudda vid det, på något sätt. Fast man vet att det var skådisen jag träffade så var det realistiskt. Han spelar någon som är lik sig själv, och man ser det för att karaktären inte är en stereotypisk skejtare utan är som han är. Det kändes verkligt.

Linn: Ofta när man ska träffa skådespelare, eller tänker att man ska träffa skådespelare, så känner man att det borde vara tvärt om. Att något borde bryta så att man bara: Oj shit, du spelar verkligen en roll. Men så kände man inte här. Det var mer: Oj, där är Jonas som skejtar, inte med sina vanliga skejtkompisar, utan några andra. Det kändes verkligen så. Det var skumt. Att det kändes äkta, fast man visste att det inte var det.

Här syns det tydligt hur gränserna mellan fiktion och verklighet suddas ut. Intervjupersonerna är väl medvetna om att det är skådespelare de mött, men understryker hur lika de är sina karaktärer och verkar nästan *vilja* tro att det är de fiktiva karaktärerna ur Skam som de träffat.

Linn använder till exempel orden ”det kändes äkta, fast man visste att det inte var det” för att beskriva situationen. Det är en verklig situation, men ordet ”äkta” får istället representera fiktionen och det som tillhör berättelsen om Skam. Kanske kan mina intervjupersoners upplevelse av att träffa skådespelarna i Skam jämföras lite med att vara barn och träffa Tomten på julafton? Att vara medveten om att tomtens skägg sitter löst, och att morbror Lars just försvann för att köpa tidningen – men ändå strunta i det en liten stund för att få uppleva magin? Denna vilja att inte bryta illusionen för sig själv får mig också att tänka på filosofen Samuel Taylor Coleridges uttryck ”suspension of disbelief” - a willingness to suspend one's critical faculties and believe the unbelievable; sacrifice of realism and logic for the sake of enjoyment (Dictionary, 2017).

Är det kanske på samma vis som fans inom forskningen om fandom försöker sträcka ut det fiktiva universumet genom fanfiction, fanvideos och litterära resor? Som tidigare nämnt är ett annat inslag i forskningen om *fandom*, att den litterära resenären även reser för att få gemenskap med andra fans, och genom dem även skapa sig sin egen identitet. Couldry menar å andra sidan att det inte är gemenskap som är det viktiga för den litterära resenären. För att få inblick i detta, frågade jag mina respondenter om de hade kunnat tänka sig att gå en guidad Skam-tur.

Uppleva i grupp, eller ensam?

Att göra en resa i Skams fotspår går både att göra själv, eller genom en guidad Skam-safari. Den här studien fokuserar endast på personer som själva letat reda på platserna, då jag ville komma åt mottagarens perspektiv och skildra en så oproducerad upplevelse som möjligt. Dock är *gemenskap* med andra fans ett viktigt inslag i forskningen om fandom, så jag passade på att fråga mina intervjupersoner om de hade kunnat tänka sig att gå en guidad Skam-tur.

Linn: Det hade varit kul att träffa fler hajpade Skamfans!

Svarade en av intervjupersonerna, och menade att det kunde vara roligt att prata med människor från andra länder som sett samma serie och kanske skulle komma med nya infallsvinklar att diskutera. Men de övriga kände en stark motvilja. Deras svar handlade om allt från att en guidad tur skulle spä ut deras egen upplevelse till att det skulle vara pinsamt.

Emma: Om man gått en guidad tur är det ju verkligen out in the open. ”Jag är en nörd! Det är därför jag går förbi skolan!” Annars kan man gömma det lite, och se ut som att man kanske är en av eleverna som går där.

Ingrid: Man hade ju inte alls känt sig som en vanlig del av stan. Om man hade gått i en stor grupp. Jag hörde också att det fanns. Men jag är inte jätteförtjust i den typen av turism över huvud taget.

Mikael: Nej! Det skulle inte alls vara samma sak. Att dela det här med andra – nej, det här är

min grej. Det är liksom min upplevelse det handlar om, och sannolikheten att de andra har en annan upplevelse av det här är stor och det skulle liksom...spä ut min upplevelse och spänningen i det. Det blir ju inte alls lika spännande när det är i en grupp. Mindre skamligt.

Även här handlar det alltså om att inte bryta illusionen för sig själv, och bli en del av universumet Skam – på riktigt. Inte som ett Skamfan, utan som sig själv. Men även om mina intervjupersoner inte ville gå en guidad Skam-tur på plats i Oslo, betyder inte det att de inte på andra sätt sökte gemenskap inom Skamvärlden. Till exempel hade de allra flesta laddat upp bilder på sociala medier efter sin resa, och tyckte i efterhand att det var kul att dela sin upplevelse med andra Skamfans. Detta leder in mig på nästa ämne: Efter resan.

Efter resan

Här kommer jag redovisa hur resenärerna reflekterade om sin upplevelse av resan, vid hemkomsten. Upplevde de serien på ett annat sätt efter att ha varit på dess platser i verkligheten? Berättade de om resan för vänner, eller med foton på sociala medier? Hur konstruerade de i så fall den berättelsen?

Fota och lägga upp

Efter att ha sammanställt studiens intervjuer blev det tydligt att det var viktigt för respondenterna att kunna ta foton under resan. Eller som Mari uttryckte det:

Mari: Jag hade tyckt att det varit jättejobbigt att inte ha någon kamera. För mig var det en stor del av resan.

Detta var något som inte bara hade stor betydelse *under* resan, utan även *före* och *efter*. Flera av intervjupersonerna nämnde att de redan under planeringsstadiet av resan funderade på vad för slags bilder de skulle ta, och på vilka av Skamplatserna. Att ha ett foto att kunna visa upp från en litterär plats, kan alltså vara en av anledningarna till att vilja göra resan från första början. Detta kan knytas till Couldrys teorier om att det centrala för en litterär resenär är sökandet efter *förutsägbara upplevelser* och den retroperspektiva *känslan av att ha gjort något speciellt* när man kommer hem igen (Couldry 2003, s. 78 – 79). Enligt Couldry blir det viktigt att dokumentera resan, för att ha bevis på att man varit på en medierad – och därmed viktig – plats. För det är inte bara en ritual av att bekräfta *media space* på själva mediepilgrimsplatsen, utan även för att retroperspektivt kunna bekräfta mötet med den gränsen väl hemma igen.

Mari: Det första vi gjorde när vi kom över svenska gränsen var att skicka alla bilder till varandra. Och lägga upp dem.

Couldry menar att *gemenskap* med andra litterära resenärer inte är det viktiga under en litterär resa, men för flera av respondenterna i den här studien verkade det istället ha en funktion när det kom till att i efterhand ladda upp bilder från resan sociala medier. De ville fota för att minnas själva, men också för att visa upp för andra som gillar Skam. För Mari blev bilderna på Instagram en konversationsstartare med andra Skamfans.

Intervjuare: Vad fick du för respons på foton?

Mari: Väldigt positiva. Många likes! Väldigt kul, verkligen. Och det har också blivit en conversation-starter med folk jag inte känner så väl, som kanske går klassen över mig. Då kommer de fram för att de sett mina bilder på Instagram, och bara ”Åh, hur var det? Träffade du Jonas?” och såhär. Det blir ju också lite kul då.

Det verkade också finnas en tjusning i att ”bara de invigda förstår”.

Linn: Det är också kul med dem som inte sett skam och kommenterar bilderna, och bara ”Vad är det där för någonting nu då?” ”Vad är det för bänk?” och jag bara det är *bänken!*

För Mikael blev att processen att ladda upp foton en sorts kombination av att presentera sig själv, söka gemenskap med redan invigda Skamfans, och samtidigt ”reta” de som inte var lika involverade i serien.

Intervjuare: Vad fick du för respons på foton?

Mikael: Samma responser som jag får generellt. I bästa fall tycker de att jag tjar för mycket om Skam, och i sämsta fall tycker de att jag är galen. Men sen är det många jag känner naturligtvis, speciellt yngre människor, som är lika begeistrade som jag och de tycker att det är kul.

Intervjuare: Vad har det för betydelse för dig att ladda upp foton?

Mikael: Svår fråga. Varför lägger man över huvud taget upp bilder? Det är ju för att man presenterar sig själv. Och när det här ju är en stor grej för mig, så vill jag ju manifesteras det. Samtidigt som jag vet att jag retar många. Det är en sorts kombination. Men det ligger någon slags ärlighet i detta. Jag står för min passion. Och det är litegrann ett resultat av Skam. Jag anser att jag har påverkats som människa av att se skam, att jag blivit ärligare och mer äkta av det.

På det här viset kan foton från Skamplatsen fylla både en social funktion med andra Skamfans, och vara identitetsskapande för den egna individen. Precis som inom forskningen om medskapande kulturer och fanfiction. (Olin-Scheller & Wikström, 2010).

Titta om serien

Något annat som flera av intervjupersonerna nämnde att de gjorde när de kom hem igen, var att ännu en gång se på Skam. Det var inte så angeläget för alla.

Linn: Jag minns inte om jag gjorde det. Det var ingen prio för mig.

Men flera av dem ville än en gång se serien, och återuppleva platserna de just sett i verkligheten

Emma: Jag kollade om serien, och gottade mig i att jag varit där. Man nördar det först, sen åker man dit, och sedan kommer man hem och nördar det på ett nytt sätt. Med nya ögon. För nu kan man kolla på serien med en känsla av att veta vart allting ligger och hur det ser ut runt om.

Precis som flera av intervjupersonerna nämnde att mellanrummen mellan Skamplatserna bidrog till upplevelsen på plats i Oslo, så fortsatte de fylla i luckorna mellan filmklippen i

serien. När jag frågade vad skillnaden blir på att se Skam före och efter resan svarade Emma så här:

Emma: När man ser det på riktigt ser det ju annorlunda ut än när man ser det på tv. Då ser man bara en liten del av det. Och sedan när man ser det igen på tv, kan man fortfarande se den stora delen, även fast kameran bara visar den lilla delen.

Mari menade att resan till Oslo även gav henne en annan syn på den fjärde säsongen, som precis hade börjat sändas vid intervjutillfället.

Mari: Jag ser det verkligen på ett annat sätt nu efteråt. När jag tittar på den nya säsongen nu efter att ha varit där ser jag verkligen skolan på ett annat sätt för att jag har varit där... det har sett annorlunda ut i hjärnan än det gjorde i verkligheten. För de tar ju sällan med allt. Det är vissa vinklar som man känner igen väldigt väl, hur det ser ut. Men det som är precis däremellan som de väldigt sällan tar med fick man se där och då. Just det här att med att 1 plus 1. Jaha, där ligger den där busken, och så vidare.

Att på detta vis fylla i luckorna mellan filmklippen var något som kunde stärka illusionen av att Skam är verkligt och sträcka ut det fiktiva universumet, men som också kunde få motsatt effekt.

Linn: Den enda halvnegativa känslan var när saker och ting inte såg ut som man tänkte sig. Jag tänkte också på det i senaste avsnittet. När Yousef och Sana går från kollektivet, och de klipper snabbt till en annan plats. Och då vet ju jag, som har varit där, att det inte *är* nära kollektivet.

Mari: På ett sätt blir det magiskt att vara på platsen för att det blir verkligt och nära en. Men på ett litet sätt tar det också bort lite av magin. Om saker och ting inte hänger ihop helt. Men det är en väldigt liten del för att Skam redan är väldigt verklighetstroget. Det är en sån liten del att det inte är övervägande dåligt.

Linn: Ja, när man väl kollat på det igen så rycks man ur verkligheten lite för att tanken att ”Så här ser det inte ut i verkligheten” dyker upp. Man rycks ur bubblan en sekund.

Mari: Man är helt uppslukad av det, men såna saker kan ju göra att man rycks ur det och mer börjar tänka på praktiska saker. Men det är ju inte det Julie Andem vill. Att man ska tänka på hur långt det är mellan punkt A och B. Utan på vad de säger, och vad som händer. Men det hinner aldrig bli jobbigt. Mer kul, att ”Det här vet jag nu.”

Avslutningsvis vill jag nämna att alla intervjupersonerna var mer än nöjda med sin litterära resa till Skamplatser i Oslo. Vare sig de fylldes av eufori eller tomhet i mötet med platserna, och vare sig de träffade på någon av seriens skådespelare eller inte.

Sara: Älskar man verkligen Skam, så där ut i fingerspetsarna – då ska man göra det! Med någon som älskar det lika mycket. Och sen får man ju se hur mycket tur man har.

Slutsats och diskussion

Syftet med den här studien var att undersöka hur litterära resenärer som besökt inspelningsplatser från tv-serien *Skam*, upplever mötet mellan fiktion och verklighet. Detta gjordes genom tre frågeställningar: *Vad har resenärerna för förväntningar före den litterära resan?*, *Vad är resenärernas upplevelse under resans gång?* och *Hur reflekterar resenärerna om sin upplevelse, vid hemkomsten?*

Studies resultat visar att det för resenärerna fanns fler anledningar än bara *Skam* för att besöka Oslo, men att det i slutändan var tv-serien som blev drivkraften för att resan skulle bli av just där och då. Förväntningarna inför resan var att se platserna från serien, ta foton och – i ett drömscenario – träffa på någon av skådespelarna från serien. Att många av dem bor och rör sig i samma områden som *Skam* spelats in, verkar förvandla Oslo till en levande filmkuliss för *Skam*-resenären, där gränsen mellan verklighet och fiktion suddas ut. Intervjupersonernas förväntningar *inför* resan, hängde också ofta ihop med vad som skulle hända *efter* resan. Exempelvis kunde en av anledningarna att vilja åka, handla om att på förhand planera att ta ett foto framför Hartvig Nissens skola, för att i efterhand sedan kunna visa upp på Instagram att man varit där. Respondenternas förväntningar kunde således knytas till Nick Couldrys teorier om *media rituals*. Hierarkin och kategoriseringen mellan personer och platser som figurerar i media, och de som *inte* gör det kom fram tydligt i intervjupersonernas intresse om att få se inspelningsplatserna på riktigt, samt i deras drömmar om att möta någon av seriens skådespelare. Det går även att dra paralleller till forskningen om *fandom* och att vilja göra en litterär resa för att sträcka ut det fiktiva universumet.

Första mötet med *Skam*-inspelningsplatserna i Oslo gav intervjupersonerna starka känslomässiga reaktioner. Det kunde handla om allt från eufori över att äntligen få se platserna från *Skam* i verkligheten, till tomhet över insikten att berättelsen faktiskt inte *är* på riktigt. Att upprätthålla illusionen om att berättelsen är verklig, blev därför viktigt för många av respondenterna. Detta kunde yttra sig genom att vilja smälta in i miljöerna, att uttrycka hur lika skådespelarna var sina karaktärer eller lägga märke till hur platserna låg i relation till varandra – som om seriens karaktärer rör sig mellan dem på riktigt. Allt för att sträcka ut seriens fiktiva universum, och bli en del av berättelsen. Att bryta illusionen genom att till exempel bli ”påkommen” som en *Skam*-turist kunde däremot få respondenterna att känna just: skam.

Väl på plats gjorde resenärerna jämförelser mellan serie och verklighet. Ord som ”större” eller ”mindre” användes flitigt för att beskriva byggnader och miljöer, och även till synes triviala skillnader pekades ut – det som Couldry kallar för *Parcelling out*. Couldry (2003, s. 86 – 87) Det var även vanligt förekommande att intervjupersonerna återskapade scener från serien. Antigen genom att se det framför sig ur minnet, genom att spela det aktuella klippet på sin telefon, eller genom att fysiskt gestalta karaktärerna i olika situationer, och gärna ta bilder

eller filma för att dokumentera. Detta kan vävas in i Couldrys teori om *media space*, och att vilja ha bevis från att ha varit på mediepilgrimsplatsen, men kanske också kan ha något med forskningen om fandom att göra. Kan till exempel en Instagrambild som iscensätter en situation från Skam räknas till *användarbaserat innehåll* på samma sätt som till exempel en fanfiction?

Att vara på en plats där media produceras är enligt Couldry lockande för att det känns exklusivt att få vara där. (Couldry 2003, s. 81). Men att vandra i Skams fotspår är ingen exkluderande upplevelse. Det är allmänna platser som alla har tillgång till. Dock menade den här studiens respondenter att dessa *media boundaries* ändå fram på olika sätt, som exempelvis på Hartvig Nissens skola. Där har det blivit en norm att bekräfta *media space* genom att inte gå in på skolan under sin Skamtur.

Efter resan var det vanligt att respondenterna laddade upp foton från Skamplatser på sina sociala medier – något som ofta planerades redan före resan. Detta kan knytas till Couldrys teorier om att det centrala för en litterär resenär är sökandet efter *förutsägbara upplevelser* och den retroperspektiva *känslan av att ha gjort något speciellt* när man kommer hem igen. (Couldry 2003, s. 78 – 79). Enligt Couldry blir det därför viktigt att dokumentera resan – för att ha bevis att man varit på denna medierade plats. Dock verkade de sociala medierna även ha en social funktion för mina respondenter. Det var både ett sätt att visa sin egen identitet, men också något att samlas kring i *gemenskap* med andra Skamfans.

Många av respondenterna tittade även på serien igen när de kommit hem, och jämförde sin verkliga upplevelse av platsen med vad de tidigare bara sett på skärmen. På så vis gick upplevelsen av Skam hela varvet runt – från skärm, till verklighet och sedan tillbaka till skärm igen - fast med ett nytt sätt att se på det.

Reflektion kring genomförandet av studien

I genomförandet av studien ville jag intervjua litterära resenärer med en så stor bredd som möjligt, då Skam tilltalar en betydligt bredare publik än dess ursprungliga målgrupp: unga kvinnor. Respondenternas åldrar lyckades bli ganska spridda, men endast en av de sex deltagarna var man. Det bör inte påverka studiens resultat, med tanke på studies syfte att fånga respondenternas personliga upplevelser. Däremot hade det kanske gett andra infallsvinklar. Kanske skulle det till exempel finnas en ännu större skam kring att besöka platser från just Skam, då det var väldigt svårt att få tag på manliga respondenter som ville ställa upp på en intervju.

Trots att denna studie endast bestod av sex deltagare, så kan den ge en fingervisning om hur det *känns* för en litterär resenär att besöka inspelningsplatser från serien Skam. Den kan också visa på vad som blir viktigt för resenärens upplevelse – både *på plats* i Oslo, men även *före* och *efter* resan. Resultatet ger också en idé om hur den litterära resenären pendlar mellan verklighet och fiktion under sin Skamresa, och hur väsentligt det blir med autenticitet för att

kunna uppleva fiktionen i verkligheten. Hur illusionen av att berättelsen är verklig kan vara väldigt stark i vissa situationer, och samtidigt så skör i andra. I ett större perspektiv visar det hur mycket fiktiva berättelser kan betyda för människor, och studien kan vara en liten pusselbit till förklaringen om varför litterära resor de senaste åren har ökat i popularitet.

Förslag på vidare forskning

Eftersom få studier i skrivande stund har behandlat litterära resor ur ett Medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv, och dessutom från resenärens synvinkel så finns det flera olika aspekter att utforska utifrån studiens resultat. För det första skulle fler studier kunna genomföras på platser från Skam – men exempelvis med personer som valt att gå en guidad tur. De flesta respondenterna jag intervjuade kände en stark motvilja mot detta, men hur ser de som faktiskt gått en guidad Skamsafari på saken? Är det lika viktigt för dem att behålla illusionen av att Skam är verkligt, och ingå i dess universum? Eller är det helt andra saker, som till exempel gemenskap med andra fans som står i fokus? Det vore också intressant att lämna Skams universum, och göra liknande studier på andra litterära platser för att sedan kunna jämföra dem med varandra. Hur upplever resenärerna till exempel mötet mellan fiktion och verklighet på teaterparken Astrid Lindgrens Värld, där både böcker, filmer och serier kan vara medium som ligger till grund för resan? Vad blir skillnaden i autenticitet på denna plats som beskriver en svunnen tid, om man jämför med det nutida Skam? Känner resenärerna på samma vis när de står utanför ett VillaVilekulla som är utformat efter illustrationerna i en bok, som på det verkliga Hartvig Nissens skola? Och vad händer om vi sedan även blir jämför det med upplevelser från *Wallanderland* i Ystad? Eller inspelningsplatserna till *Game of Thrones* i Kroatien?

Genom att hitta likheter och skillnader i resenärernas upplevelser mellan platser som dessa, skulle framtidens litterära resor kunna utvecklas ännu mer för att verkligen kunna hitta gränsen mellan verklighet och fiktion – och sudda ut den.

Referenser

- Agger, G., & Waade, A. M. (Eds.). (2010). *Den skandinaviske krimi: bestseller og blockbuster*. Göteborg NORDICOM
- Aspers, P. (2007) *Etnografiska Metoder*. Liber AB, Malmö.
- Blom, Tomas. (2004). *Medeltidens charterturister*. Populär Historia, N. 6, 2004. Hämtad: 2017-05-01 <http://popularhistoria.se/artiklar/perspektiv-medeltidens-charterturister>.
- Couldry, N. (2000). *The place of Media power: Pilgrims and witnesses of the media age*. London, Routledge.
- Couldry, N. (2003). *Media rituals: A critical approach*. London, Routledge.
- Dictionary (2017) Sökord: *Suspension of disbelief*. Hämtad: 2017-08-20 (<http://www.dictionary.com/browse/suspension-of-disbelief>).
- Ekström, M; Larsson L. (2000) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Pozkal, Poland.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (red.) (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (4., [rev.] uppl.). Stockholm: Norstedts juridik.
- Francke, M. (2017) *Om skamfansen – en kärleksförklaring till alla som håller på*. Sydsvenskan. Hämtad 2017-05-01 (<https://www.sydsvenskan.se/2017-04-26/om-skamfansen-en-karleksforklaring-till-alla-som-haller-pa>)
- Galli, E. (2016, 6 december). *SVT träffar Skam-skaparna*. SVT Nyheter. Hämtad 2017-06-20 från <http://www.svt.se/kultur/svt-traffar-skam-skaparna>
- Haimi, R. (2017) *Därför är norska Skam en fullträff*. SVT. Hämtad 2017-05-28 (<https://www.svt.se/kultur/darfor-ar-norska-skam-en-hit>)
- Harrington, C. Lee, and Denise D. Bielby. 1995. *Soap Fans: Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Philadelphia: Temple University Press.
- Jenkins, H. (2016). *Konvergenskulturen: där gamla och nya medier kolliderar*. Göteborg: Daidalos
- Jenkins, H & Ford, S & Green, J. (2014) *Spridbar media. Att skapa värde och mening i en nätverkad kultur*. Göteborg: Daidalos
- Jonsson, L. (2010). *Astrid Lindgrens Världar i Vimmerby – En studie om kulturarv och*

samhällsutveckling. Falun: ScandBook.

Larsson, L. (2010). Intervjuer. I Ekström, M. & Larsson, L. (red.). *Metoder i kommunikationsvetenskap* Lund: Studentlitteratur.

Lenas, S. (2013) *Popkulturens pilgrimer ritat om turistkartan*. Dagens Nyheter. Hämtad: 2017-05-02 (<http://www.dn.se/kultur-noje/popkulturens-pilgrimer-ritar-om-turistkartan/>)

Lundberg, H. (2017) *Skam-platserna i Oslo du kan besöka*. Expressen. Hämtad 2017-05-28 <http://www.expressen.se/allt-om-resor/resmal/europa/skam--platserna-i-oslo-du-kan-besoka/>

Löfgren, O., & Willim, R. (2005). *Magic, culture and the new economy*. New York, NY: Berg.

Massumi, B. (2002). *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*. Durham: Duke University Press.

Magnus, M. (2016). *SKAM – når fiksjon og virkelighet møtes*. Nordicom. [Elektronisk resurs].

Nordicom 2017. *De första resultaten från Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2016, Mars 2017*. [Elektronisk] Hämtad 2017-04-01 (http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/mediefakta-dokument/Mediebarometern/Mbar_Tema_rap/mb_2016_special_3.pdf)

NRK. (2017). *Om Skam*. Hämtad 2017-05-28 (<http://skam.p3.no/om/>)

NRK. (2015). *Sesong 1*. Hämtad 2017-05-28 (<http://skam.p3.no/sesong/1/?vis=fra-start>)

Olin-Scheller, C. (2009) *Bortom bokens begränsningar - Om ungas möten med fiction på nätet*. Divaportal. Hämtad: 2017-05-02 (<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:292264/FULLTEXT01.pdf>)

Olin-Scheller, C & Wikström, P. (2010) *Författande fans*. Pozkal, Poland.

Renman, F. (2017, 14 januari) *Skam mest tittade på SVT Play - går om julkalendern*. SVT Nyheter. Hämtad 2017-06-02 från <https://www.svt.se/kultur/medier/skam-toppar-pa-svt-play>

Skamsafari. (2017) Hämtad 2017-04-04 (<https://skamsafari.dk/safari/>)

Sjöholm, C. (2011). *Litterära resor: Turism i spåren efter böcker, filmer och författare*. Halmstad. Bulls Graphics

Sweney, M. (2016) *Norwegian teen TV hit Shame to be remade for US viewers*. The Guardian. Hämtad 2017-06-28 (<https://www.theguardian.com/media/2016/dec/09/norwegian-teen-tv-hit-shame-to-be-remade-for-us-viewers?client=safari>)

Thomsen, D. (2017). *Skolan i Skam stänger ute fansen*. Expressen. Hämtad 2017-05-23
<http://www.expressen.se/noje/skolan-i-skam-stanger-ute-fansen/>

Vetenskapsrådet (2002) *Forskningsetiska principer*. Hämtad 2017- 08-02.
http://www.gu.se/digitalAssets/1268/1268494_forskningsetiska_principer_2002.pdf

Vimmerby Turistbyrå (2017). *Start*. Hämtad 2017-04-20 (<http://www.vimmerby.com/start/>)

Visit Oslo 2017. *Oslo i Skams fotspår*.

[Elektronisk] Hämtad: 2017-06-27

(<http://www.mynewsdesk.com/se/visitnorway/pressreleases/oslo-i-skams-fotspar-1778559>)

Watson, N. (2006). *The Literary Tourist: Readers & Places in Romantic and Victorian Britain*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Wikberg, E. (2017) *Boken 2017 - marknaden, trender och analyser*. Rapport från Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen. Hämtad 2017-05-20
(http://www.forlaggare.se/sites/default/files/boken_2017.web.pdf)

YouGov 2017. *1 av 3 har ändrat sitt beteende sedan de började titta på Skam*. YouGov Sweden.

[Elektronisk] Tillgänglig: <https://yougov.se/news/2017/06/20/1-av-3-har-andrat-sitt-beteende-sedan-de-borjade-t/>

Hämtdatum 2017-06-27

Bilagor

Intervjuguide

Till att börja med: Vad är din relation till Skam?

Före resan: Förväntningar

Hur kom det sig att du åkte?

Vad hade du för förväntningar på hur besöket skulle bli?

Var det något speciellt du ville se? Vad/varför?

Under resan:

Berätta om din dag i Oslo.

Hur reagerade du på att se platserna, på riktigt? Hur kändes det?

Vad var den starkaste upplevelsen från dagen?

Var det något du blev besviken över?

Efter resan:

Tog du några foton? På vad i så fall? Laddades de upp på sociala medier? Varför/varför inte?

Hur pratade du med vänner och bekanta om resan, efter att ha kommit hem?

Är det någon skillnad på att se serien nu? På vilket sätt, i så fall?