

Shopping och tomhets känslor

Erik Ottoson

Vad är det hos tingen som sätter människor i rörelse? Med den frågan avslutade jag min doktorsavhandling i etnologi som blev färdig i våras. Den undersökte hur människor söker efter begärliga saker i butiker, på marknader och andra ställen, och hur detta sökande är meningsskapande (Ottoson 2008).

När jag nu några månader senare har tillfälle att återvända till frågan är det inte med en entydig lösning i sikte, utan för att utveckla ett av de spår som avhandlingen aktualiserade. Shopping och andra relaterade sätt att förhålla sig till materiella ting visade sig ha att göra med konsten att skapa och moderera olika känslor inför det frånvarande. I den här artikeln fokuserar jag på två olika tomhets-känslor som uppstår i en tillvaro omgiven av lockande ting. Den ena har att göra med hur man formulerar behov genom att skapa sig bilder av vad som fattas i ens liv, den andra sammanfattar olika känslor av obehag, ånger och otillfredsställelse som inte sällan överraskar oss när vi har köpt något som vi länge har velat ha (jfr Campbell 1987:86f.).

Denna artikel delar sin empiriska grund med avhandlingen. I centrum står etnografiska vandringar i olika miljöer där människor letar efter begärliga saker, bl.a. på loppmarknader, stadsgator och i gallerior. Viktigt för avhandlingen liksom för den här artikeln är det sätt att bruka de kommersiella miljöerna som ibland kallas att ”bara titta”, alltså ett sätt att söka där man inte främst är intresserad av att lokalisera bestämda saker, utan snarare av att utforska världen. Detta serendipiska sökande

präglas av en öppenhet för det som kan dyka upp av en slump, kanske medan man letar efter något annat (Klinkmann 2003; Merton & Barber 2004). Detta sökande är särskilt intressant eftersom det kännetecknas av att man lika mycket riktar blicken inåt som utåt. Att titta avslöjar sig inte minst som försök att känna någonting. Under tiden man rör sig längs shoppingstråken och klämmer, känner och provar saker blir man mer och mer medveten om vad som finns, men också klarare över vad man känner inför det man ser. Det betyder i sin tur att man får tillfälle att bearbeta sina känslor och skapa tydligare och tydligare bilder av vad det egentligen är man söker efter. Gradvis skapar man alltså ett inre utrymme för det man hoppas hitta.

Att skapa tomrum

Låt oss alltså börja med detta inre utrymme, ibland kallat habegär, ett ord som känns en aning obekvämt eftersom det konnoterar ett ursprung i ett driftliv utom räckhåll för individen. Ett begär är något man är slav under, medan den attraktion som uppstår när människor letar sig fram bland saker de intresserar sig för snarare är en följd av ett aktivt och riktat handlande. Gemensamt för de människor jag talade med och de miljöer jag fältarbetade i var den uppfinningsrikedom som präglade mötet mellan människor och saker. Man var vaken för lockelser hos prylarna och tröttnade inte på att vända och vrida på det man såg för att upptäcka dolda kvaliteter. Det blev ofta tydligt att önskan att vilja ha någonting



I mötet med varor blir det tydligt vad som faktiskt är tillgängligt. Samtidigt blir bilden av det man saknar också tydligare. Skyltfönstret kan bli en utställning över det som saknas i livet. Foto: Erik Ottoson.

många gånger var större än den attraktion de enskilda sakerna väckte. Att önska sig något var en njutning i sig och den var värd en del besvär. Detta tog sig inte minst uttryck i de ändlösa vandringarna upp och ned längs shoppinggatorna. Guideböcker som beskriver shoppingstäder som Paris, London eller New York talar ofta om vikten av att ha bra skor på fötterna. Shopping innebär skoskav, trötthet och ett pärlband av små besvikelser – det är sällan man hittar exakt vad man letar efter och för att shopping ska vara nöjsamt måste man ha tålamod med en mängd små olägenheter.

Som konsument måste man ofta vara beredd att vänta på lönen för sin möda. Att söka

efter någonting är att ha en fot i det närvarande och en i det som ännu-inte-är, men som kan dyka upp bakom nästa gathörn eller i nästa butik. När man talar om den meningsproduktion som äger rum i konsumtionsmiljöerna bör man inte glömma det känslomässiga arbete som utförs av människor som gärna vill tycka om det de ser och som är beredda att anstränga sig mycket för att nå fram till den känslan. ”Desire”, säger Henri Lefebvre, ”is both work and the product of work” (2004:26).

Värdefullt, säger Georg Simmel, är det som motstår vår vilja att använda och glädjas åt det (1978:66). I sökandet som arbete uppstår en horisont av värde mot vilken objekten kan be-

dömas. Att någonting var svårt att hitta påverkade ofta hur man kände inför ett fynd. Åsa, en modebloggare jag intervjuade, berättade att hon ibland kunde bli som besatt av att leta efter någonting, en känsla som måste mogna fram. Oftast hände det om hon hade hållit i ett plagg som var mycket fint men i fel storlek. Det uppstod en spricka mellan det omedelbara och det otillgängliga där känslorna kunde få fäste och börja spira. Så småningom tänkte hon så mycket på plagget i fråga att dess frånvaro blev lika påtaglig som vilket närvarande ting som helst. Hon berättade om en kjol från en av Hennes & Mauritz specialkollektioner som hon först såg i en butik i Stockholm och sedan sökte efter i månader. Hon ringde till olika butiker, satte in ”efterlysningar” på bloggar och så småningom, när hon sedan länge hade gett upp, hittade hon den av en slump i London.

Hos psykologerna Mihály Csíkszentmihályi och Eugene Rochberg-Halton hittar vi termen ”psykisk energi”, ett sätt att beskriva den laddning som tillförs ett objekt man lägger ned tid, uppmärksamhet och arbete på (Csíkszentmihályi & Rochberg-Halton 1981:4). Att söka efter någonting är att rikta sin uppmärksamhet mot det som ännu inte är närvarande, något som innebär att den psykiska energi som sökandet skapar i första hand inte ackumuleras i det eftersökta tinget utan i ett tomrum, i en fantasi om ett ting som inte finns till hands. Att söka efter någonting är alltså att interagera med dess frånvaro.

Sökandets meningsskapande är därför i första hand negativt, och konstruerar sitt objekt som å ena sidan åtråvärt och å andra sidan frånvarande. Konsten är att behandla denna frånvaro inte som en källa till frustration och besvikelse utan som ett löfte (jfr Anderson 2006). Åsas berättelse om kjolen blev i det sammanhanget en signifikant erfarenhet. Kombinationen av arbete och tur skapade förutsättningarna för en extra intensiv hittandeupplevelse – det blev ett magiskt ögonblick

av det slag som kan förstärka tron på att det som i stunden verkar hopplöst när som helst kan bära frukt.

Viljan att ha någonting kan alltså beskrivas som ett tomrum, ett negativt avtryck av det ting man hoppas hitta. Men tomrummet är inte absolut utan tillfälligt och upplevs som ett inte-än snarare än ett intet. Det betyder att frånvaron av det eftersökta ofta har något bitterljuvt över sig. En del av det känslomässiga arbete som shopping för med sig är utmaningen att balansera drömmen om att hitta någonting med frustrationen över att det fortfarande är otillgängligt.

Något av det som blir tydligt i shoppingmiljöer är att människor inte bara är uppfinningsrika när det gäller att hitta dolda kvaliteter och anledningar att gilla saker, utan också till att uppsöka situationer där dessa tomhets-känslor kan tänkas uppstå. Många bläddrar i postorderkataloger, går på loppmarknader, promenerar förbi skyltfönster och så vidare, med avsikten att hitta nya saker att önska sig. I mötet med saker man inte ens visste fanns öppnas nya tomrum. Skyltfönstret blir till en utställning över det som saknas i livet och vid sidan av nöjet i att upptäcka fina saker blir samtidigt avståndet till dessa tydligare. Det som fattas får tydligare och tydligare konturer. Kanske söker vi oss till shoppingmiljöerna för att vi gillar att se hur klyftan mellan det vi önskar oss och det som finns gradvis sluts allteftersom vi närmar oss målet. Men faktum är att sökandets praktiker i lika hög grad vidgar denna klyfta. När man undersöker det utbud av varor som är tillgängligt lär man sig inte bara deras goda sidor utan också deras dåliga.

”Every current of fashion or of worldview derives its force from what is forgotten”, skriver Walter Benjamin (2003:393). Det som utelämnats är en konstituerande del av allt meningsfullt. Sökandet är i mycket en fråga om att sortera bort det oönskade. När man söker belägger man det man ser med allt finare

nyanser av önskvärdhet, men också med fina nyanser av oönskadhet. Mycket handlar om att välja bort och det sökande som slutar i ett finande har lämnat många alternativ bakom sig. Att välja är att vraka och den uppfinningsriktighet som upptäcker kvaliteter i tingen skapar också anledningar att avfärda dem. Ett blad ur min fältdagbok upptas av en situation som jag kom att fundera mycket över:

På antik- och symässan i Fyrishov har ett par i 60-årsåldern stannat vid en porslinsfigur, det är en Madonna med barnet. "Å-h" säger kvinnan utdraget och känslösamt, men blir besviken när hon studerar den på närmare håll. En titt på botten avslöjar att en skada i färgen reparerats. "Nej, den är visst påbättrad." De gick vidare.

Å ena sidan handlar den här episoden om konsten att samla, eller om hur man visar urskiljningsförmåga genom att respektera de regler om orördhet och äkthet som gäller antikviteter. Å andra sidan beskriver den hur noggrant ett tomrum mejslas ut genom sökandet efter någonting. En ständigt vässad blick för små skillnader avslöjar inte bara mer och mer om det man har framför sig utan ökar också upplösningen hos den inre bilden. Vad man letar efter blir tydligare och tydligare allt eftersom verkliga ting undersöks och blir till positiva och negativa exempel. Det som skapas är ett tomrum med ett ständigt ökande antal detaljer.

Det finns anledning att undra över de ansträngningar vi gör oss för att lägga krokben för våra egna känslor. Om det är förhoppningen att hitta åtråvärda saker som driver vårt sökande i butiker och på marknader, hur kommer det sig då att vi uppfinner anledningar till att avfärda det vi ser och därmed skjuta upp hittandet? Sökandet, inser man, för oss inte alltid närmare det vi letar efter utan reproducerar ofta frånvaron av det eftersökta. Under tiden bearbetas denna frånvaro med omsorg och känsla för estetik, tills det man har är ett tomrum med skulpturala kvaliteter.

Tomrum till något

"What happens to meanings? Where do they go? How do they not just accumulate and jumble up the world?" Frågan ställs av Rolland Munro (2001:129). Livet i konsumtionssamhället innebär inte bara ett materiellt överskott som måste hanteras, utan också ett immateriellt. Tillvaron blir överfull av mening om man inte kan glömma, kasta, avfärda. Munro visar att detta avfärdande är en ständigt närvarande aspekt av allt meningsskapande. Det handlar om att sortera och skapa kategorier genom att subtrahera.

Vad är ett föremål? John Dewey funderar över frågan om var gränsen mellan ett objekt och dess omgivning går. Varför ser vi en ö som en fristående landmassa, i stället för att lägga märke till att den fortsätter under vattenytan i obruten kontinuitet (Dewey 1925:603f.)? Ett tankeväckande begrepp hos Merleau-Ponty är "the zone of not being", med vilket han menar ett mentalt tomrum som vår uppmärksamhet skapar runt tingen. För att kunna lägga märke till ett objekt måste man kunna isolera det från omgivningen. Som liknelse använder Merleau-Ponty en spotlight, som belyser ett objekt i en cirkel av ljus men som samtidigt skapar en fond av mörker mot vilket objektet avtecknar sig. Uppmärksamheten, menar Merleau-Ponty, framhäver ting genom att utplåna perifera intryck (Merleau-Ponty 2002:115). Vi behöver alltså tomrummen för att kunna urskilja tingen. Frånvaron är grunden, en duk att måla på, ett papper att skriva på.

För fenomenologin är begreppet intentionalitet viktigt, det beskriver medvetandets "riktadhet", att vara medveten är alltid att vara medveten om någonting (Bengtsson 2001:27f.; Moran 2000:16). Världen erfars som serier av intentionella akter. En följd av det är att sättet på vilket vi uppmärksammar de objekt vi möter blir den horisont längs vilken världen framträder. För Sartre föregår frånvaron allt som finns, också det mänskliga

varat är ett intet som blir något först när det sträcker sig mot ett objekt. "Human reality is its own surpassing toward what it lacks" (Sartre 1994:89; jfr Brockelman 1977:324f.).

Derrida menar att frånvaron alltid är närvarande som ett spår i allt som finns (1970). Att lära känna ett ting innebär ett undersökande av den tomhet den bär med sig. Det kan låta abstrakt men det är inte svårt att se exempel på detta i konkret handling, inte minst i shoppingmiljöerna. De fysiska rörelserna på marknaderna och i butikerna mätte ut avståndet mellan frånvaro och närvaro. Att vara långt ifrån eller nära det man sökte efter blev ett tillfälle att tänja eller komprimera känslorna inför det man såg och det man hoppades hitta. Man plockade upp och ställde ned. Man tog fram, hängde tillbaka och kände på skillnaden mellan att ha och att inte ha.

Att skjuta upp beslutet att köpa någonting gav utrymme att känna efter hur det kändes att inte äga det. Många av dem jag pratade med berättade om hur de brukade be försäljare lägga undan något de funderade på att köpa men hade svårt att slutgiltigt bestämma sig för. Då uppstod ett andrum i vilket beslutet kunde mogna fram. Emma, som jag följde under några dagars sökande i London, gjorde ofta "mentala anteckningar", som hon sa, för att komma ihåg ett plagg hon provat men inte kunnat bestämma sig för. Att gå därifrån blev då ett sätt att pränta in plaggets frånvaro i minnet.

Det ovan sagda talar alltså för att även *intet* är en produkt av mänskligt handlande. Tomheten är aldrig en ren tomhet, den är alltid märkt, den är en frånvaro av något särskilt. Men tomheten är inte bara en frånvaro av någonting, den blir också en frånvaro *till* något. Medvetandets riktning kan omsättas till en riktning i rummet. Det uppstår anledningar att bege sig till platser. Tomheten sätter igång handlingar.

Sökandet efter någonting är att lägga ut intentionella trådar, för att tala med Merleau-



Att söka efter någonting är att interagera med dess frånvaro. Foto: Erik Ottoson.

Ponty, alltså att göra världen till ett sammanhang av riktning och mening (Merleau-Ponty 2002: xv). Något av det man finner när man hittar någonting är att det lönar sig att söka, och att man kan längta efter någonting och också få det. Det som frammanas är en välvillig materiell värld, som svarar på sökarens önsknings. Men när mina informanter talade om sina shoppingrundor, shoppingstråk, svängar och rundor, var det inte bara närvaron av intressanta butiker som utgjorde det sammanhållande kittet. I ännu högre grad var det frånvaron av det eftersökta som gav upphov till de rörelser, känslor och erfarenheter som band samman dessa rum. Man kan associera till Marc Augés "non-places" (Augé 1992), men där hans begrepp betecknar det förbigångna, vill man hellre söka efter ord som kan beskriva tomrummen som meningsbärande och produktiva. Mera passande kan vara att anknyta till Arjun Appadurais "scapes" (1996) och tala om ett empty-scape, dvs. en rumslig

struktur som förutsätter tomhet och frånvaro för att vara meningsfull. Tankeväckande är också Tim Ingolds begrepp ”taskscape”, som betecknar ett sammanhang av aktiviteter som har med varandra att göra och som binder samman rummet (Ingold 1993:158ff.). Sökandet efter saker i butiker och på marknader frammanar landskap där produktionen av tomrum står i centrum.

Tomheten och anläandets förbannelse

För konsumenten i konsumentsamhället innebär det inte ett obehag att vara i rörelse – att söka, leta efter, inte-finna-det eller snarare inte-finna-det-ännu – utan ett löfte om lycka. Deras resande är ett förhoppningsfullt sådant, som gör anläandets till en förbannelse (Bauman 2000:79).

Den ”anläandets förbannelse” som Zygmunt Bauman beskriver kan sammanfatta den andra typen av tomhets känslor som jag vill diskutera. Låt oss återvända till Åsas berättelse om kjolen som i det längsta motstod hennes sökande, men som till slut dök upp i ett elektriskt ögonblick där det tomrum hon så länge hade arbetat på till slut fann sin svarighet i ett fysiskt objekt. Det visade sig att hon bara kom att använda den en enda gång och då ”av ren princip”, som hon sa. Den var helt enkelt inte så fin och användbar som hon hade trott. Det blev tydligt att kjolen som faktum hade svårt att tävla med den känsla av löfte och möjlighet som kjolens frånvaro hade inneburit. Det var ganska typiskt för de saker hon blev ”besatt” av, sa hon, för det mesta köpte hon dem inte ens. Inför kicken i att hitta det eftersökta försvann ofta lusten att äga det. Åsa var inte den enda som beskrev liknande erfarenheter. När man till slut hittat det man letat efter avtar ofta intresset förvånansvärt snabbt. Då och då beskrev mina informanter en hittandets melankoli, en tomhets känsla som följde tätt efter glädjen i att ha hittat någonting. Den kunde ta sig uttryck i ånger, en plötslig medvetenhet om att man lurat sig själv

och låtit sig dras med av känslorna. Ibland var känslan mera dunkel – det gick inte längre att få kontakt med de känslor man nyss hyste för varan i fråga. Det var som om något oidentifierbart hade subtraherats från helheten.

”Tomhets känslan kommer oftast när man köper någonting till sig själv”, sa Johan, som jag intervjuade om den känsla av nedslagenhet som ibland uppstår när man hittat det man sökt efter. ”Det är liksom något djupare man är ute efter, inte bara att fylla ett praktiskt behov.” Ibland kan ett slags existentiellt glapp uppstå även när det man hittat på ytan ser ut att motsvara det man letat efter (jfr Campbell 1987:37f.).

Känslan av att det man hittade sällan var exakt det man letat efter kunde de flesta känna igen. Ibland var det ett begränsat utbud eller otillräckliga medel som var problemet, något som kunde angripas t.ex. genom att man lämnade huvudgatornas kedjebutiker och istället uppsökte loppmarknaderna, där ett mera oförutsägbart register av varor kunde dyka upp och där det mesta var billigare. Men ibland låg orsaken i stället i de bilder man målat upp. Sökandet efter saker i shoppingmiljöerna kan ses som ett handgripligt sätt att fantisera om saker. Under timmar eller dagar kretsar tankarna kring det man önskar sig och man har därmed gott om tid att förfina och fördjupa sina känslor inför det som fattas.

Anita berättade att hon ibland lät sig dras med av känslorna – viljan att ha någonting måste modereras, annars kan besvikelser bli följderna när känslorna ebbar ut. Man kan lura sig själv genom att ladda upp för mycket. Lina angrep problemet bl.a. genom att undvika att kalla sina butiksrundor för ”shoppingturer” – åtminstone inte förrän efteråt. Om hon höll ambitionsnivån låg och liksom bara slank in i en affär på väg någon annanstans, verkade möjligheten till lyckade köp öka.

Johan hade en liknande reflexion. Impulsköp, menade han, gav inte upphov till samma tomhets känsla som när man länge sökt efter

Att söka efter någonting är att skapa ett inre tomrum, att formulera, hantera och moderera avsaknaden av det man önskar sig, men hantera denna frånvaro som om den vore ett faktum i yttrevärlden. Foto: Erik Ottoson.



något. Det krävs att man har haft tid på sig att bygga upp förväntningarna.

”A thing is more significantly what it makes possible than what it immediately is”, säger John Dewey (1929:128). En förklaring till hittandets melankoli är att sökandet, och därmed frånvaron av det eftersökta tinget, har förmågan att öppna större horisonter än det faktiska föremålet kan. Frånvaron av ett ting kan rymma drömmar. Närvaron av det samma aktualiserar dess tillkortakommanden, det uppstår friktion och man tvingas kompromissa. För Emma, som kanaliserade sina shoppingintressen till modebutikerna på stadskärnornas huvudgator, framkallade provrummet ett radikalt skifte från det öppna, roliga sökandet till ett skeptiskt testande. ”Då kommer man ju in i verkligheten...”, sa hon. Sökandet bland plaggen i butikerna var ett sätt att leka med möjligheter, där de positiva känslorna ofta tog överhanden. I provrummet mötte hon hinder. Det blev mer allvar än lek. Nya faktorer aktualiserades. Passformen, färgerna och uttrycket måste harmoniera med kroppen och sinnestillståndet.

Att söka efter någonting är att skapa ett inre tomrum, att formulera, hantera och moderera avsaknaden av det man önskar sig, men hantera denna frånvaro som om den vore ett

faktum i yttrevärlden. Tomheten får en materiell form (jfr Hetherington 2004:159) och blir en artefakt i sig, ett något man berör och hanterar under tiden man letar och som upplöses i det ögonblick man hittar det man sökte efter. Ibland kan detta försvinnande ge upphov till en ny tomhets känsla. Finlandet innebär inte bara en belöning för nedlagd möda, utan ibland också en förlust av någonting värdefullt. ”Desire desires not satisfaction”, säger Mark C. Taylor och Esa Saarinen. ”To the contrary desire desires desire” (Taylor & Saarinen 1994:11). Förväntningarna är ibland värda mer än uppfyllandet av dem.

Sökandet efter någonting är ett känslomässigt sätt att tänka på saker, och ett sätt att interagera med platser (Thrift 2004:60). Sökarens landskap är en ”geography of anticipation” (Vasudevan 2006:815; jfr Anderson 2006), en förväntningarnas geografi, som är animerat av föreställningen om det hittade, men som också är märkt av dess frånvaro. Sökandet motiveras på ett påtagligt sätt av hopp, om en tilltro till att världen kan erbjuda det man behöver. Många gånger är det stora saker vi hoppas på och letar efter, t.ex. kärlek, harmoni, trygghet, identitet och mening, och det vi hittar är kaffebryggare, cyklar, teveapparater, modekläder och andra ganska världs-

liga ting. Sökandet utmanar hoppet på sitt sätt, genom att det man önskar sig är frånvarande som en fysisk verklighet. När man hittar det man sökte efter utmanas hoppet på ett annat sätt, genom att man måste investera stora förhoppningar i små ting. I jämförelse med de saker som verkligen finns framstår de begär man skapat ofta som mycket mer mångfasetterade, nyanserade och laddade.

Tomhetskultur

”Anlåndandets förbannelse” beskriver en erfarenhet av inbromsning, friktion och en tillvaro präglad av en ny sorts tomhet, en frånvaro av framåtrörelse och därmed syfte och mening. Det anknyter därigenom till ett klassiskt problemområde i det moderna, nämligen svårigheten att sätta punkt i vad som ter sig som en uppskruvad hastighetskultur (Benjamin 2003; Virilio 1996). Framåtrörelsen tycks ofta vara sin egen motivation, vägen är i högre grad mödan värd än målet, något som ofta blev tydligt bland de människor jag mötte under mitt fältarbete. Sökandet efter någonting var en pålitligare källa till glädje än finnandet.

Men betoningen på hastighet och framåtrörelse riskerar att förbise den betydelse som målet ändå har som motivation. Utan en tydlig bild av det som finns på andra sidan sökandets ansträngningar haltar bilden betydligt. Tydligt är dock att målet och vägen som motivation för handling ibland står i motsatsförhållande till varandra. Man söker för att finna, men samtidigt förlorar det funna snabbt sin glans, det finns ett förakt för det kartlagda och avklarade. Det som kallas ”planned obsolescence” (Packard 1960; jfr Åkesson 2005), alltså den tidshorisont som byggs in i varorna och både avgör deras fysiska livslängd och hur länge de kan förväntas kännas intressanta och nya, är bara en aspekt – redan i sökandet efter någonting finns villkor för känslornas avsvainning inbyggda. Den hittandets tomhetskänsla som kan upplevas som leda eller ånger är åtminstone delvis en funktion av hur vi möter

tingen i shoppingmiljöerna. Vi vill njuta av våra shoppingkickar, men inte låta känslorna för ett fynd stå i vägen för möjligheten att längta efter nästa.

Hittandets melankoli kan ses som en flashforward längs en ägandets tidslinje, en förhandstitt på den till synes oundvikliga process i vilken ett ting tappar sin förmåga att väcka känslor, och den tomhetskänsla som följer har paradoxala drag. Å ena sidan klagas tingens oförmåga att varaktigt svara mot våra önskningar. Å andra sidan pekar också denna tomhet mot en välbekant lösning, nämligen att göra sig mottaglig för nya lockelser. Allt intressantare ter sig det som Gösta Arvastson har kallat ”zero making”, alltså ambitionen att skapa nollställningar och nya utgångspunkter, befriade från bestämmningar som nyss gällde (Arvastson 2005). Konsten att formulera en slutpunkt som en utgångspunkt kräver färdigheter i att skapa diskontinuitet, något som i sin tur kräver förmågan att glömma och begrava det som inte ska gälla. George Ritzer beskriver hur människor i konsumtionsområdet upptas av projektet att göra ”inget” till ”något”, dvs. att omsätta det som är massproducerat och opersonligt till något meningsfullt i det egna livet (Ritzer 2003: 13). Parallellt finns det skäl att poängtera motsatsen, dvs. vikten av att utesluta, glömma och subtrahera det som skaver eller oroar, alltså att göra ”något” till ”inget”. Man kan tala om en kulturell produktion av tomhet, som använder sig av tekniker som hastighetsökning, distraktion, rutinisering, trivialisering och strömlinjeformning. Tomheten blir specifik, designad och övergår till att bli en latens, en specifik frånvaro som kallar på specifika svar.

Konsumtion som social företeelse skapar gemensamma erfarenheter av att leta sig fram i samma världar och mejsla ut ett eget utrymme tillsammans med andra. Genom att betrakta, beröra och använda samma sorts saker infinner sig en synkronitet, det uppstår, som Jean Baudrillard säger, en rytm i vilken

värde som social process skapas (Baudrillard 1998:166). Till denna analys av hur värde etableras i kontakt med föremål kan man foga frågan om hur det som inte finns konstrueras i en social interaktion. I boken *När ingenting särskilt händer* utvecklar Billy Ehn och Orvar Löfgren en slags intighetens kulturanalys som bl.a. utforskar väntans och monotonins betydelse i våra liv (Ehn & Löfgren 2007). Det är intressant att fråga sig vilka tomrum ett samhälle producerar och hur deras signifikans värderas och graderas.

I den här artikeln har två olika sorters tomhets känslor med anknytning till shopping undersökts. Den ena kan formuleras som frånvaron av det eftersökta, en känsla som blir tydligare och tydligare ju mer man letar och som så småningom antar en närmast manifest form. Det som uppstår är ett tomrum som finns, en närvarande frånvaro som ibland är lika påtaglig som vilket ting som helst. Den andra tomhets känslan uppstår när det man hittar jämförs med det man sökte efter och befanns för lätt, antingen omedelbart eller efter ett tag. Denna hittandets melankoli visar att det tomrum som skapats i sökandet efter någonting ofta kan förkroppsliga mer än det verkliga tinget. Närvaron av det hittade visar sig som en brist, en frånvaro av sökandets energi och förhoppningar. Gemensamt har de båda formerna av tomhet att de förhåller sig till konsten att längta, och till vad man skulle kunna kalla en kulturellt organiserad förväntan.

Vad är det då hos tingen som sätter människor i rörelse? Ett svar är en förverkligandets magi, där drömmar omsätts till verkliga ting och där en noga utformad frånvaro byts till närvaron av det eftersökta. Ett annat svar utgörs av möjligheten att göra det motsatta, att omsätta det faktiska till något som utlovar fler möjligheter än de materiella tingen kan erbjuda, alltså att se tingen inte som faktum utan som språngbräddor till något annat. I detta framstår förmågan att urskilja nya tomrum

som central, att se vad tingen inte är och som därför ännu kan finnas därute.

Erik Ottoson, fil.dr
Uppsala

Referenser

- Anderson, Ben 2006: *Becoming and Being Hopeful: Towards a Theory of Affect. Environment and Planning D: Society and Space*, 24.
- Appadurai, Arjun 1996: *Modernity at large. Cultural dimensions of globalisation*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Arvastson, Gösta 2005: *Zero-Making. Ethnologia Europaea: Journal of European Ethnology*, 35 (1–2).
- Augé, Marc 1992: *Non-places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. London: Verso.
- Baudrillard, Jean 1998: *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Bauman, Zygmunt 2000: *Globalisering*. Lund: Studentlitteratur.
- Bengtsson, Jan 2001: *Sammanflätningar. Husserls och Merleau-Pontys fenomenologi*. Göteborg: Daidalos.
- Benjamin, Walter 2003: *The Arcades Project*. Cambridge & London: Harvard University Press.
- Brockelman, Paul 1977: *Action and Time. Man and World*, 10 (3).
- Campbell, Colin 1987: *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford & Cambridge: Basil Blackwell.
- Csikszentmihályi, Mihály & Rochberg-Halton, Eugene 1981: *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Derrida, Jacques 1970: *Structure, Sign and Play in the Discourse of the Human Sciences. The Language of Criticism and the Sciences of Man: The Structuralist Controversy*. Richard Macksey & Eugenio Donato (red.). S. 247–265. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Dewey, John 1925: *The naturalistic theory of perception by the senses. The Journal of Philosophy*, 22 (22).
- Dewey, John 1929: *Experience and Nature*. London: George Allen & Unwin, Ltd.
- Ehn, Billy & Löfgren, Orvar 2007: *När ingenting särskilt händer. Nya kulturanalyser*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings bokförlag Symposion.

- Hetherington, Kevin 2004: Secondhandedness: Consumption, Disposal, and Absent Presence. *Environment and Planning D: Society and Space*, 22.
- Ingold, Tim 1993: The Temporality of the Landscape. *World Archaeology*, 25 (2).
- Klinkmann, Sven-Erik 2003: Amélie mellan fantasi och turistisk verklighet. *Kulturella perspektiv* (2).
- Lefebvre, Henri 2004: *Rythmanalysis: Space, Time and Everyday Life*. London: Continuum.
- Merleau-Ponty, Maurice 2002: *Phenomenology of Perception*. London: Routledge.
- Merton, Robert K. & Barber, Elinor 2004: *The Travels and Adventures of Serendipity*. Princeton: Princeton University Press.
- Moran, Dermot 2000: *Introduction to Phenomenology*. London: Routledge.
- Munro, Rolland 2001: Disposal of the Body: Upending Postmodernism. *Ephemeris*, 1 (2).
- Ottoson, Erik 2008: *Söka sitt. Om möten mellan människor och föremål*. Uppsala: Institutionen för kulturantropologi och etnologi, Uppsala universitet.
- Packard, Vance 1960: *The Waste Makers*. New York: McKay.
- Ritzer, George 2003: *The Globalization of Nothing*. California & London: Thousand Oaks.
- Sartre, Jean-Paul 1994: *Being and Nothingness*. New York: Gramercy Books.
- Simmel, Georg 1978: *The Philosophy of Money*. London & New York: Routledge.
- Taylor, Mark C. & Saarinen, Esa 1994: *Imagologies: Media Philosophy*. London: Routledge.
- Thrift, Nigel 2004: Intensities of Feeling: Towards a Spatial Politics of Affect. *Geografiska Annaler*, 86b (1).
- Vasudevan, Alexander 2006: Experimental Urbanisms: Psychotechnique in Weimar Berlin. *Environment and Planning D: Society and Space*, 24.
- Virilio, Paul 1996: *Försvinnandets estetik*. Göteborg: Korpen.
- Åkesson, Lynn 2005: Sopornas universum. *RIG*, 3:2005.

SUMMARY

Shopping and Feelings of Emptiness

An important but often neglected aspect of what it means to be a consumer is how one deals with the absent and the unattainable. This article explores two different modes of lacking. The first can be described as the absence of the desired object, as experienced while window-shopping or browsing for goods. The second is made up by feelings of anxiety, regret and emptiness which can surprise the shopper when finding what he/she has been searching for.

It is argued that the act of browsing for commodities in shops and markets not only informs the consumer of what is available for purchase, but also adds significance to the things that are displayed. Window-shopping and browsing includes an element of day-dreaming, and invites the shopper to make an emotional investment into objects.

Simultaneous with the growing knowledge of what is available is an increased awareness of what the shopper

presently does not have. Through the act of browsing, this lack also attains an increased significance, leaving the window-shopper with an increasingly articulated void. In this, looking for commodities becomes a way of interacting with the absence of things and of creating and managing voids.

The article argues that the absence of an object often has a greater capacity for absorbing positive meaning than the actual object does. "Not having" easily transforms into "not-yet-having", lack turns to latency, leaving room not only for discontent but also for hopes and wishes. The significance which is added to the absence of the desired object is key to understanding the lack of fulfilment which is often reported by shoppers after making a purchase. Finally acquiring the desired object entails the risk of losing the wider potential that the absence of the object represented, leaving the shopper with an unexpected sense of loss.