

förhållande till traditionen inom Hemslöjden och hon visar på hur man började betona slöjdpedagogik och självförverkligande genom slöjddandet, liksom också återbruk och hushållande med resurser, på ett nytt sätt. Återbrukshemslöjd kunde nu t.ex. tillverkas av sådana plastprodukter som blir över i dagens samhälle, inte bara av mer traditionella naturmaterial.

Hemslöjden har, konstaterar Rosenqvist, inte varit isolerad under sin drygt hundraåriga verksamhetsperiod. Konstnärer har använt sig av liknande traditionella tekniker, material och processer som de som verkat inom Hemslöjden. Men, trots att hemslöjdsetetiken med fog kan sägas ha varit i samklang med den inom konstvärlden under både 1990- och 1920-talen har konsthistorikerna generellt förbisett den. Den (upplevda) stora skillnaden mellan konst och hemslöjd har, anser Rosenqvist, upprätthållits eller förstärkts genom att man egentligen inte diskuterat och skrivit om konstnärligt utförda hemslöjdsprodukter som individuellt skapade (konst)verk.

Rosenqvist ansluter sig till dem som hävdar, att hantverk och konst har en gemensam historia och att de inte bör åtskiljas så mycket som tidigare gjorts. Hemslöjden har, enligt författarens mening, spelat en långt viktigare roll för svensk formgivning än vad som hittills framgått och den förtjänar därför att sättas in i sitt konsthistoriska sammanhang. Med sin avhandling vill Rosenqvist bidra både till kunskap om hemslöjden som sådan och till en diskussion om vilka frågor och företeelser som, utöver de som etablerats som självklara, borde anses beröra konstvetare med ett intresse för 1900-talet.

Maria Ekqvist, Åbo

Maria Strannegård: *Hotell Speciell: livsstils-konsumtion på känslornas marknad*. Liber, Malmö 2009. 263 s., ill. English summary. ISBN 978-91-47-08836-2.

Hur doftar den kulturella ekonomin? Hur materialiseras, berättas och marknadsförs den? Och hur ser den ut? Det är några av de frågor som Maria Strannegård ställer sig när hon betraktar den kulturella ekonomin i sina mest konkreta former. Strannegårds avhandling *Hotell Speciell* tar sin utgångspunkt i framväxten av en ny hotellgenre de senaste 20 åren som bär många namn men som författaren benämner livsstilshotell.

En viktig del av den kulturella ekonomin är den ekonomiska potential och de intressen som ligger i det

emotionella, det Strannegård kallar för *känsløkonomi*. I avhandlingen belyses känsløspelets betydelse för ekonomin med livsstilshotellen som exempel. Strannegård sätter in känsløupplevelserna i ett ekonomiskt sammanhang där efemära kvaliteter som atmosfär, aura, sinnlighet och emotioner idag utgör viktiga delar av managementstrategier och produktionscykler. I känsløekonomins tidevarv är emotionella värden hårdvaluta, en oändlig resurs som kan tillföra energi till hotellverksamheten. Författaren menar att livsstilshotellen kan vara en nyckel till att förstå några av de ekonomiska och kulturella processer som påverkar vårt samhälle.

Strannegård beskriver avhandlingen som en kulturhistorisk studie av en *formeringsprocess* – hur känsløekonomins ideal tog in på hotell och började ange tonen för hur de skulle utformas och kommuniceras. Hennes intention har varit att studera de föreställningar, ideal, värderingar och normer som omger livsstilshotellen med hjälp av kulturanalys som metodologiskt verktyg. På så vis faller avhandlingen in under den forskningstradition inom etnologin som undersöker meningsskapande kulturprocesser.

Tingen har haft en central roll i analysen, dvs. hur tingen talar och hur man talar genom tingen. Livsstilshotellens materialitet analyseras i skenet av en teoretisk fyrklöver av bildsemiotik, identitetsteori, fenomenologi och diskursteori, där den sistnämnda har fått störst utrymme och kanske också fungerar bäst. Strannegård har således valt att laborera med olika teoretiska ingångar för att uppnå ett ”kalejdoskopiskt perspektiv” på sitt material snarare än att låta en enstaka teoretisk infallsvinkel dominera avhandlingen.

Avhandlingens dispositionen följer en rak och konsekvent narrativ form där Strannegård bjuder in läsaren till en promenad genom hotellets olika utrymmen, från hotelllobbyn till sovrummet via korridoren och hotellbaren. Respektive rumskategori, t.ex. hotelllobbyn, utgör också bokens kapitelteman. Det är en promenad som både visar hotellets framsidor och baksidor – både bildligt och bokstavligt talat.

I andra kapitlet tecknar författaren en bakgrundsbild till uppkomsten av hotellgenren i sin tid. Det är en analys av livsstilshotellens kulturella konstruktion och självrepresentationer, men också av pionjörernas och hotellrebellernas kamp mot kedjehotellens etablissemang. I kapitlet skildras inte bara hur de gamla nattklubbsrävarna Ian Schrager och Steve Rubell överförde tankesätt inom klubbkulturen till hotellbranschen genom att uppfinna en ny hotellgenre tätt knuten till

urban livsstil – *boutiquehotell* – utan även hur de själva gärna framhäver sin framgångshistoria. Det förekommer genomgående rikligt med referenser till Schragers i avhandlingen. Denna slagsida mot Schragers hade kunnat vara problematisk för avhandlingen om det inte vore så att Strannegård också granskade Schragers självrepresentation och hotellkoncept, vilket hon tydligt gör.

Ett av de viktigaste inslagen inom den uppblomstrande hotellgenren har varit att betona det nya och innovativa i konceptet med hjälp av förnyelsestrategier, ständiga förändringar och snabba scenbyten. Ett annat drag i hotellgenrens retorik som Strannegård poängterar är kulturen av individualism och anti-konformism. Författaren låter oss bli bekanta med ett antal operatörer på marknaden och gäster som kontinuerligt besöker dessa livsstilsbetonade och genomdesignade hotell. Gästerna använder hotellbesöket för att uttrycka sin personlighet och signalera sina intentioner och preferenser för att differentiera sig som person och konsumtionsvarelse. Strannegård kallar i likhet med Scott Lash och John Urry denna expressiva hotellkonsumtion för ”estetisk reflexivitet”, ett slags självbespeglning som inte bara går utåt utan lika mycket inåt hos individen.

Författaren beskriver också hur hotellgenrens karaktäristik och egenskaper så småningom anammades av de stora kedjorna och anpassades till stordrift. I denna process blev definitionerna ett viktigt redskap för hotellaktörerna att positionera sig inom segmentet, som i sig kan beskrivas som ett diskursivt fält. Strannegård visar hur talet om hotellen – *vem* som definierar ett hotell som ”lifestyle” och *hur* det sägs – avgör vilken som får kvala in. Hon konstaterar också att många av de egenskaper och strategier som förekommer i hotellsegmentet inte är nya, utan som hon skriver, gammalt vin i nya buteljer.

En kvalitet i avhandlingen är de rika miljöbeskrivningarna. De är relevanta för att förstå de teckentyngda hotellmiljöerna. Suggestiv ljud- och ljussättning, extravagant och udda inredningsdesign möter besökaren så fort denne kommer innanför tröskeln. Hotellen inom livsstilssegmentet gör stora ansträngningar för att kommunicera med besökarna. Strannegård pekar på att de scenografiska hotellmiljöerna ofta signalerar smakkollisioner och motstridiga teckenkombinationer för att skapa en semiotisk friktion mellan hotellet och dess gäster, som t.ex. de surrealistiskt oproportionerliga krukorna som pryder entrén på hotellet St Martins Lane i London tillsammans med trädgårdstomtar och gigantiska guldänder som fungerar som sittmöbler.

Strannegård menar samtidigt att hotellen förmedlar ett löfte av samhörighet. Boendet uttrycker tillhörighet samtidigt som det skapar associationer och expressiva effekter. Designen förkroppsligar den ”subkultur” som gästerna vill tillhöra. Hotellen har således en stor identifikationspotential, menar författaren. Trenderna hjälper konsumenten att göra val, och genom valet kan individen uppgå i olika gemenskaper. Hotellkonsumtionen fungerar inte bara som statusmarkörer utan även som identifikationsobjekt; de attribut som en individ lägger till sin person upplevs inte bara viktiga för självprofileringen utan också för självuppfattningen. Den estetiska reflexionen är så att säga både riktad utåt och inåt i den ordlösa kommunikationen.

Många hotelloperatörer liknar hotellmiljöerna vid drömvärldar som uppmuntrar till verklighetsflykt. Att framkalla känslor är en lika viktig strategi för hotellkonceptet som att väcka uppmärksamhet och förmedla budskap. En vanlig taktik som livsstilshotellen använder sig av är enligt författaren att *antropomorfera*, att besjåla hotellen. De estetiska arrangemangen har inget värde om de inte har en själ, dvs. en omsorg och tydlig idé, som genomsyrar kompositionen. Såväl besökarna som personalen ingår i detta konstverk konstaterar Strannegård. Människorna betraktas som ting och hotellen som levande väsen. Strannegård beskriver också hur hotellföretagen arbetar med avvägda emotionaliseringsverktyg – formler, designprogram, modeller och mätinstrument – för att bemästra och artikulera svårångade värden som ligger inom besökarnas känsleregister.

Men ju längre i avhandlingen man läser desto mer flagnar färgen på hotellrummets väggar och ju fler pubeshår finner vi i avloppsbrunnen i badrummet. Kort sagt blir man som läsare allt mer uppmärksam på baksidorna av livsstilshotellens värld. Det är ett medvetet stilistiskt grepp som författaren tar och som skapar en effektfull narration i texten.

Det finns emellertid generellt sett en risk vad gäller avhandlingar med en alltför utpräglad stilistik att de väcker misstro, som om författaren förbiser problem i undersökningen bakom en stilfull fernissa. Å ena sidan kan stilistik, välfunnen tematik, eleganta ordlekar, peripetier och crescendon skapa ett engagemang för texten som gör innehållet tillgängligt för läsaren. Å andra sidan kan stilgreppen i samma ögonblick minska friktionen mellan läsaren och innehåll så pass att de riskerar att reducera upplevelsen av vetenskaplighet, vilket gör att innehållet tappar i trovärdighet. Det är en återkommande problematik när författare försöker ta ut

svängarna innanför avhandlingsgenren eller befinner sig i gränslandet till andra litterära genrer.

För egen del ser jag de narrativa stilgreppen – hotellvandringen som blir alltmer beklämmande ju längre in i hotellabyrinten man kommer – som ett gott retoriskt grepp för att visa upp den andra sidan av myntet. Vissa kapitelteman och deras koppling mellan rum och diskussion känns däremot mer motiverade än andra. I kapitlet *sex – Korridoren: Hotell Emotionell* – lyfter författaren fram korridoren och dess labyrintiska struktur som ett exempel på en av flera rumsligheter som stimulerar fantasin och väcker känslor. Frågan är hur stor roll korridoren spelar för strävan efter att skapa emotionella upplevelser i livsstilshotell. Kopplingen mellan ”hotellkorridor” och ”emotionell” i detta kapitel känns dessvärre lite forcerad.

Det i mitt tycke kanske starkaste kapitlet i avhandlingen är då Strannegård söker upp känsløkonomins bakgårdar i kapitel åtta: *Bakom kulisserna: Hotellet som teater*. Här spelar författaren ut teatermetaforen till fullo genom att tala om ett *front stage* och ett *back stage*. Strannegård beskriver med socialt patos livsstilshotellens maskineri, känslöarbetarnas vardag och vad *impression management* kan medföra i praktiken om man drar det till sin spets.

På ett hotellrum på Hudson Hotel får vi uppleva en konflikt mellan verkligheten och det ideala tillståndet. Hotellet måste undanröja alla ålderstecken – inte bara radera ut spåren från tidigare hotellgäster och andra objudna gäster som kvalster och kackerlackor så att de nyanlända får förnimmelsen av att vara först. Därför måste hotellet upprätthålla förtröllningen och ständigt återuppstå som nytt. Men detta sker genom systematiska och rationella åtgärder. Rationaliteten är en förutsättning för förtröllningen snarare än en motsats till den, hävdar Strannegård. Hela detta hotellmaskineri kräver också en armé av underbetalda underhållstrupper av lokalvårdare, vaktmästare, servitörer och massörer som verkar i kulisserna. De ska leverera utan att synas.

En styrka i avhandlingen är att författaren inte bara haft ambitionen att betrakta livsstilshotellen som en kulturell företeelse, utan även velat granska, avmystifiera och problematisera dem utan att mynna ut i kategorisk ”eländighetsforskning”. Den verbala paradoxen i sammanhanget är att Strannegård å ena sidan använder orden *makt* (5 ggr), *maktthavare* (2 ggr) och *ideologi* (4 ggr) endast i liten utsträckning i avhandlingen (att jämföra med *Schrager* som nämns 180 ggr). Å andra sidan lyckas hon problematisera livsstilshotellens ideologi och be-

skriva de utpräglade maktrelationer som verkar där.

När jag läser om Hotel W:s parlör för sina anställda (en anställd ska kallas för *talent*, en anställningsintervju för *audition*) och om livsstilshotellens fetischjakt på känslöstämningar och personlighet, om den skeva könsfördelningen och den etniska homogeniteten bland den sämst betalda servicepersonalen, om distansen mellan aktörerna i produktionsledet från chefsposition till dem som städar hotellrummen, om de vattentäta skotten mellan gästutrymmen och underhållsmaskineriet, och om den medvetna kundfiltreringen – det författaren kallar för det *estetiska imperativet* – så associerar jag till begrepp som *alienation* och *varufetischism*. Dessa klassiska begrepp introducerades av Karl Marx på 1860-talet och har vandrat runt i akademiska avhandlingar alltsedan dess. Jag menar dock att de har giltighet än idag. Framför allt är de användbara begrepp för att beskriva sociala och kulturella maktrelationer i konsumtionssamhället. Begreppen ligger i undertexten i avhandlingen, men formuleras inte explicit.

En poäng som jag tycker Strannegård kunde ha gjort mer av är att diskutera den emotionella varufieringsprocessen på ett generellt och teoretiskt plan. Författaren skulle ha kunnat kasta nytt ljus på begrepp som *alienation* och *varufetischism* i relation till dagens känsløkonomi. Vad sker med människovärdet då känslor, ”EQ”, och särpräglade personlighetsdrag blir till fetischer med ett ekonomiskt värde? Vad händer då känsløregistret kokas ned till upplevelsekoncept i livsstilshotellens conceptualiseringsprocesser? Var befinner sig makten och motmakten i känsløekonomin? Jag tror att dessa begrepp från den historiematerialistiska forskningstraditionen, som för övrigt både Bourdieu och Baudrillard stammar ur, hade kunnat ge arbetet en extra dimension utan att framstå som förlegade.

I det sista kapitlet, *Hotell Speciell*, sammanfattar Strannegård några av de viktigaste punkterna och slutsatserna i avhandlingen. Hon introducerar ett nytt begrepp – *speciellisering* – som ringar in de ambitioner och processer som driver livsstilshotellen och deras gäster, nämligen att i första hand framstå som utvalda och så unika som möjligt. Hotellen sticker ut på marknaden, och gästerna sticker ut med hjälp av hotellen. Specielleringen bygger i hög grad på känsløproduktion, att frammana känslan av det speciella, genom hotellens materialitet och suggestiva bilder av hotellen som känsløupplevelser.

Mitt samlade intryck av *Hotell Speciell* är övervägande positivt. Maria Strannegård lyckas diskutera flyktiga

begrepp på en konkret nivå och ge den *nya ekonomin* en mer balanserad innebörd genom att peka på dess förutsättningar. Samtidigt åskådliggör hon känslornas betydelse i dagens konsumtionsambly. Genom att avmystifiera och granska hotellkoncepten visar hon hur känslöekonomin opererar symmetriskt och asymmetriskt mellan hotelloperatörer, gäster och anställda. Utan ironi och med socialt patos bidrar författaren slutligen till att skapa en djupare förståelse för människan som konsumtionsvarelse och för människors längtan efter att känna sig – speciella.

Per Strömberg, Kristiansand

Cecilia Axelsson: *"En meningsfull historia?" Didaktiska perspektiv på historieförmedlande museiutställningar om migration och kulturmöten*. Institutionen för humaniora vid Växjö universitet. 317 s. Acta Wexionensia Nr 169/2009. ISBN 978-91-7636-648-6.

Såväl kulturpolitikens som museernas dilemman är kända för oss som arbetar med kultur- och museifrågor. Självreflexionen inom kåren är ofta hög, inte minst hos den pedagogiska personalen. Med jämna mellanrum ställer vi frågorna: Vems är museet? Museipedagogik – är det nåt särskilt? Vem är egentligen museipedagog? Många gånger är frågorna retoriska och svaren är givna av oss själva och av gammal hävd. Och så vandrar vi vidare längs väl upptrampade stigar. Alltför sällan har vi på ett djupare plan ställt frågan: Vilka finns i publiken? Hur ser människors livsvärldar och lärostilar ut, vilka motiv har de för att besöka museet? Reflexiviteten har nu fått viktig respons i en avhandling med didaktiska perspektiv på museipedagogiken.

"Hur möter museernas förmedling skolans, kulturpolitikens och museernas egna verksamhetsmål? Hur används museernas utställningar av lärare och elever och hur uppfattar de utställningarna? Vilka förutsättningar ger de två exempelutställningarna Afrikafarana och Kongospår för att en elev skall kunna fördjupa sitt historiemedvetande och vilka ramar fastställs för detta medvetande i utställningarna, vad gäller klass-, genus- och etniska relationer." Cecilia Axelsson formulerar frågorna och undrar om museipedagogiken svarar mot de proklamerade verksamhetsmålen och om dessa är verkningsfulla inom ramen för en demokratisk utbildningskonception eller ej? Axelsson menar att skolbesök

en i utställningarna ofta är enstaka tillfällen som sällan införlivas i elevernas utbildning i ett längre tema eller perspektiv. Flera av eleverna tar okritiskt till sig museernas förmedling, medan andra blir provocerade och utmanade, menar Axelsson, som slår fast att eleverna har få möjligheter att diskutera dessa erfarenheter vare sig i museerna eller i skolan. Flera av avhandlingens resultat pekar på att förmedlingen av historia i de två undersökta utställningarna inte svarar mot kraven i en demokratisk utbildningskonception.

Avhandlingen har fått gehör i den museipedagogiska debatten. Inom Statens museer för världskultur (SMVK), vars utställning Kongospår var föremål för avhandlingens empiri, har avhandlingens resultat diskuterats som en del av det pedagogiska utvecklingsarbete som pågår där. Författarens konklusioner ger viktigt stoff till samtal om hur museipedagogiken tas emot och vilken potential den har som ett demokratiskt verktyg.

Avhandlingens metod och perspektiv

Författaren har använt en kvalitativ metod. Hon har utgått från två utställningar och gjort intervjuer med producenter, museipedagoger, lärare och elever. Ambitionen har varit att få med alla olika aktörer i processen. Antalet elevintervjuer är begränsat. Motivet för detta är viljan att följa färre röster lite djupare än att göra flera ytligare enkäter. Urvalet av informanter har också styrts av vilka skolor som gjort besök i utställningarna. Vissa intervjuer gjordes i direkt anslutning till museibesöket, andra en termin senare. Intervjuerna är inte jämförbara eftersom att de har tillkommit vid olika tidpunkter och vid skilda situationer. Elevernas bakgrund och förutsättningar skiljer sig också åt.

Avhandlingen bygger på de klassiska frågorna i didaktiska sammanhang, alltså: Vad? – handlar om innehållet i undervisningen, själva urvalet. Hur? – gäller metoden för hur stoffet som valts ut förmedlas, gestaltas. Varför? – bakom denna fråga ligger svaret på tanken med lärandesituationen, här avslöjas intentioner och syften. Till de tre grundfrågorna vill Axelsson lägga frågan: Och sedan?

Hon undrar vilken effekt förmedlingen får på dem som tar del av den; vilken är tanken med att gå till utställningen, hur uppfattas förmedlingen, vad minns besökaren och hur kan detta påverka individens historiesyn?

"Man lärde sig nog massor som man inte tänker på." Så svarade en 10-årig kille på frågan om han lärt sig något under besöket i museet. Och Cecilia Axelsson väljer