

det visar sig att det efter Huskvarnaprojektet åstadkommit en rad ytterligare samverkansprojekt med andra amatörer runt om i länet. Om Huskvarnaprojektet var ett misslyckande vad gäller ambitionen till samverkan, hur kunde det hela då rulla vidare i sådan omfattning? Kanske var inte samverkan ett så stort misslyckande som det framstår i boken. Bilden i avhandlingen har möjligen blivit lite för dystert. Jag står med känslan av att amatörerna i mötet med yrkestatern kom till ett dukat bord, dvs. en färdig modell för hur teater bedrivs, och så fick de ”bara” vika servetterna, dvs. agera inom ramen för yrkesfolkets redan uppställda premisser. Det var uppenbarligen ett dukat bord på gott och ont. Hur gick det i de andra samverkansprojekten som följde? Var borden lika väldukade där?

Avhandlingen representerar ett stort arbete, inte minst med att genomföra och bearbeta allt intervjumaterial. Den slutliga bearbetningen av intervjusekvenserna är dock otillräcklig, och alltför många direkta citat tynger texten. Många av citaten hade kunnat omformas till löpande, berättande text, och därmed hade talspråk och ofullständiga formuleringar kunnat undvikas.

Det valda ämnesområdet, relationen mellan amatörer och yrkesfolk med utgångspunkt i teaterns värld, är intressant och fallet Huskvarna belyser väl en helhet. Dock hade ett försök att binda samman diskussionen med övergripande teorier och andra studier på området eller angränsande teman varit önskvärt. Då hade boken kunnat bli än mer allmänt gångbar och ämnesöverskridande än vad den nu är. Den tidigare forskningen nämns på två sidor i boken. Jag kan inte föreställa mig att den beskrivningen av forskningsläget är heltäckande.

Boken är dock mycket läsvärd för alla med intresse för hur amatörer och fackfolk förhåller sig till varandra i samverkan. Är man dessutom på något sätt specialintresserad av teater, Huskvarna, Jönköping och/eller Alf Henrikson får boken en extra betydelse.

För att återvända till recensionens början: författaren konstaterar att de flesta verksamma inom teater har börjat som amatörer (s. 212). Vad betyder egentligen detta faktum för utfallet av en samverkan mellan amatörer och yrkesfolk? Det verkar som om distansering är viktigare än förståelse. Blir man yrkesaktiv så gäller det att distansera sig till det amatörmässiga (avslutningsvis hade en diskussion på detta tema med hjälp av Bourdieu varit ett bra sätt att i avhandlingen föra fram Huskvarnaexemplet i en allmänt giltig diskussion). Det tycks gälla inom teaterns värld, och jag tror det är giltigt lite varstans i samhället. Innerst inne finns en

stark värdering av amatörer som naiva eldsjälur som tillför mycket engagemang och entusiasm och kanske även sakkunskap, men som det också blir viktigt att ta avstånd från när man själv har blivit yrkesaktiv. Denna utveckling är verkligen på gott och ont. Avhandlingens diskussion kan bidra till att göra relationen mellan amatörer och yrkesfolk mer nyanserad, trots att bokens resultat ibland också förstärker schablon(?)bilden av amatörer och yrkesfolk.

*Bodil Petersson, Lund*

Klas Grinell: *Att sälja världen. Omvärldsbilder i svensk utlandsturism*. Acta Universitatis Gothoburgensis, Göteborg 2004. 270 s. English summary. ISBN 91-7346-511-9.

Idé- och lärdomsforskaren Klas Grinell, verksam i Göteborg, har skrivit en doktorsavhandling om svenska omvärldsbilder i svensk utlandsturism. För att komma åt hur utländska reseplaner och dess invånare framställs har Grinell studerat svensk turistindustris marknadsföringsmaterial under perioden 1930–1990. Genom att se hur ”de Andra” beskrivs menar han att han också kommer åt det som uppfattas som svenskt, men också vad som betraktas som ”normalt”.

Grinell har ett övergripande syfte som handlar om att se Sverige i det moderna/koloniala världssystemet, inspirerad av filologen Walter Mignolo. På en annan nivå finns det faktiska materialet och de frågor som riktat Grinells blick, t.ex. vad det är för sorts skildringar i marknadsföringsmaterialet som väcker den svenska turistindustrins intresse. Han ser reklamen som en källa till ett samhälles självuppfattning, ideal och fördomar. Påfallande många av reseplanerna betonar det stilistiska, traditionella och genuina snarare än modernisering och rörelse. I jakten på ”det äkta” spelar det inte alltid någon roll om det man visar upp faktiskt är äkta.

Grinell visar på den kluvenhet som turism för med sig och som diskuteras flitigt numera. Är reseplanerna utan ansvar och kan man ”bara” betrakta? Han vill helt enkelt att vi både problematiserar den ”sevärda utlänningen” och vår egen självbild och visar att turism definitivt inte är en opolitisk företeelse.

Avhandlingen delas upp i fyra delar, inspirerade av, som Grinell skriver, Annales-traditionens syn på historiens olika trögörliga nivåer. Den första delen benämns *Horisonter* och tar upp författarens utgångspunkter,

verktyg och tillvägagångssätt, men här görs också en kontextualisering av lite mer sammanfattande karaktär under rubriker som: Sverige och världen, Svensk modernitet och Svenska omvärldsbilder. Grinell menar (inspirerad av John Urrys begrepp "the tourist gaze") att de svenska omvärldsbilderna i stort sett är enhetliga med en europeisk turismblick.

Del två benämns *Strukturer* och behandlar grundläggande teman som återfinns i materialet. Första kapitlet handlar om den betydelse "det orientaliska" har i resereklamen. Det andra kapitlet handlar om "sydlänningen", en av turistreklamens mest framträdande stereotyper. På så sätt försöker Grinell visa på behovet av andra modeller än orientalismkritikens eftersom även europeer stereotypiseras. Så kommer ett kapitel som är en resehistorik, som visar att turister ofta reser för att se världen, dvs. Grinell lägger en estetisk dimension till analysen. Den estetiska funktionen fördjupas i kommande kapitel genom exemplifiering och fördjupad diskussion om begreppet "turismblicken". Delar handlar helt enkelt om hur man (vem och varför) skapar en turistort. Avsnittet avslutas med ett intressant kapitel om folkdräkter som tecken på något omodernt och sevärt via ett exempel från den holländska byn Volendam.

Avhandlingens tredje del, *Konjunkturer*, presenterar materialet kronologiskt och kan sägas beskriva en svensk turismhistoria genom några olika turistiska företeelser, t.ex. borgerliga utfärder på 1930-talet, där rasföreställningar diskuteras. Detta fördjupas i kapitlet om den problematiska tiden under andra världskriget genom diskussion om antisemitism och fascism via exemplet passionsspelen i den bayerska byn Oberammergau. En slutsats är att turismindustrins strategi alltsedan dess varit att fokusera på det sevärd och okontroversiella och att därmed undvika känsliga ämnen. 1940- och 50-talen kallar Grinell entreprenörernas tid. Resandet tog fart efter andra världskriget och även om klasskiktningen fortfarande var stor så hade alltfler människor möjlighet till utlandsresor. Bussresor var det vanliga sättet att förflytta sig även om charterflyget växte snabbt under slutet av 50-talet. Sol- och badresandet hade dock ännu inte riktigt slagit igenom. Bildning och vidsynthet var argument för resande i marknadsföringen fram till 60-talet, då det hedonistiska och lustfyllda betonades.

Världen såg annorlunda ut efter andra världskriget och i ett kapitel försöker Grinell visa hur turistprospekten skildrade avkolonialiseringen på den afrikanska kontinenten under 1950- och 60-talen. Fortfarande gick visserligen de flesta resorna inom Europa men Marocko,

Tunisien och Algeriet besöktes av en hel del resenärer och dessa länder genomgick dramatiska förändringar. Detta utvecklas i ett kapitel om rasföreställningar i resereklamen. In på 60-talet används "ras" som något lockande och som säljande. På 70-talet försvann ordet ur reklamen och ersattes med "ethnicitet".

Grinell varvar historiska översikter med tematiska exempelkapitel. Efter diskussionen om rasföreställningar utifrån afrikanska exempel kommer ett kapitel om charterresans historia och därefter ett om resor till politiskt förtryckta länder, här med Spanien som exempel. Avslutningsvis görs en genomgång av några enskilda aktörer i branschen, både vad gäller charter, bussresor och äventyr/alternativresor. Här blir det stundtals intressant när Grinell visar hur marknadsföring kan gå helt emot de intentioner som resebolaget i övrigt redovisar.

I avhandlingens avslutande del, *Konklusioner*, återknyts det till de tidigare kapitlen. Om man kan säga att det tidigare snävats in mot svenska förhållanden och det material Grinell valt att arbeta med, så har det nu breddats för att handla om modernitet och kolonialitet i stort. De delanalyser som gjorts i de tidigare delarna går inte utan vidare att sammanföra bara för att visa att världen är mer konsistent än vad den är, skriver Grinell, och menar att vissa existerande företeelser helt enkelt inte är förenliga. Framför allt diskuteras hur det kommer sig att de stereotypa, men också samtidsförnekande, bilderna av olika resmåls invånare kan ha sådan livskraft och spridning trots att vi ofta är ganska väl medvetna om dem.

En av Grinells slutsatser är att turistreklamen med tiden visar en alltmer splittrad varuförsäljning och att de innehåller såväl fantasier som s.k. fakta om resorna. Han talar också om bildernas allt större betydelse för exotiserande stereotyper av lokalbefolkningar. Ingen av dessa slutsatser är omvälvande men väl ett resultat. Själv tycker jag att avhandlingens stora behållning är Grinells hypoteser och sammanförande av olika turismforskare och andra teoretikers tankar kring turism som fenomen. Man får sig mycket till livs, inte minst genom alla idéhistoriska nedslag och exemplifieringar under läsningens gång om än det stundtals är en aningen snårig läsning.

Grinell är beläst och uppenbart fascinerad av teoretisk litteratur, inte minst den om postkoloniala teorier. Ibland skymmer fascinationen över läsefrukterna helt enkelt sikten. Han skriver att hans intention är att beskriva och utreda problem men att han också genom kritiken vill "nä fram till argument för att ge befolkningen på

turismens resmål en mer jämlik roll och en möjlighet att definiera sig själv” (s. 15). Grinell har själv ett förflutet inom turismbranschen och han skriver att det var här idén till avhandlingen föddes. Detta hade han kunnat vara ännu tydligare med. Nu skriver han att eftersom det är en vetenskaplig avhandling är det hans teoretiska utgångspunkter som är viktigast att redogöra för. Jag tror dock inte man skall undervärdera betydelsen av självreflexivitet. Naturligtvis har det betydelse att Grinell har en ambition att kunna påverka, att han med sitt verk vill kunna nyansera bilder.

Turismforskningen, som den hittills sett ut, räcker inte för att synliggöra samband mellan resande och omvärld, menar Grinell som tagit teoretiska verktyg till sin hjälp framför allt från världssystemteori, postkoloniala perspektiv, forskning om omvärldsbilder men också om svensk modernitet. Inom dessa teoretiska fält, men också inom turismforskningsfältet, är Grinell välbevandrad och lusten att förmedla lyser stundtals igenom med kraft. Hela notsystemet är intressant.

Jag tycker dock att Grinell gör för lite av sitt material. De källor han förlitar sig på och kallar ”material” är relativt tunna just genom att han valt att beskriva bilder av lokalbefolkningen utifrån reklamtexter och inser snart att de är få. Det gör han en poäng av. Men efter att ha gjort en sådan gedigen genomgång av ett material som speglar så mycket annat hade jag som läsare önskat få ta del av hur källorna ser ut (även om det går bortom syftet). När det väl citeras så hänger citaten i luften (t.ex. s.170). Om man ser till vad Grinell faktiskt behandlar i sin bok, så är det mycket som skulle kunna betraktas som källor bortom marknadsföringsmaterialet. Grinell har t.ex. läst diverse utredningar som han inte kallar ”material”. Han använder dessutom många skönlitterära

citater, men som ibland används så att de förlorar en del av sin betydelse. Jag hade uppskattat om detta gedigna arbete hade avslutats med att författaren förklarat för läsaren hur mycket av textens tankar som finns förborgade i en del av dessa korta citat.

Turism förefaller ofta handla om kolonial nostalgi, där den lokala befolkningen blir en del av den vara som saluförs. Lokalbefolkningen måste dock, visar Grinell, vara omodern för att vara intressant. På så sätt skulle man kunna se turism som en sorts samtids- eller civilisationskritik. Grinells historieskrivning är kritisk och med det vill han visa att något till synes oskyldigt, som en stereotypifierad marknadsföring, blir en del i ett upprätthållande av en förtryckande världsordning som drabbar stora delar av jordens befolkning. Han menar (utifrån Homi Bhabhas resonemang) att stereotypernas livskraft beror på att de spelar stor roll i konstruktionen av den egna identiteten, att man ser sig själv och det egna genom det Andra. Man konsumerar det annorlunda genom att titta på det snarare än att delta eller engagera sig i det. En viktig slutsats utifrån de resonemangen är att stereotyperna säger väldigt lite om dem de skall beskriva och desto mer om resenärerna och deras (våra) behov av motbilder. Ytterst menar Grinell (via Walter Mignolos begrepp modernitet/kolonialitet) att vi behöver detta för att hantera moderniteten och upplevelsen av samtidighetens flyktighet.

Framför allt, avslutar Grinell, så underlåter aktörer inom turismindustrin att ta itu med stereotyperna och skapa en jämlik värld därför att deras syfte inte är att göra världen förståelig utan målet är att, som avhandlingens titel anger, sälja världen.

*Carina Sjöholm, Helsingborg*