

verksamheter som helst i vår egen forskning hoppas jag trots allt att denna bok blir mottagen med större intellektuell tolerans än den enkät som föregick den.

Fredrik Schoug, Lund

Öresundsbron på uppmärksamhetens marknad. Regionbyggare i evenemangsbranschen.
Per Olof Berg, Anders Linde-Laursen, Orvar Löfgren (red.). Studentlitteratur, Lund 2002. 266 s., ill. ISBN 91-44-04078-4.

En bro är en teknisk konstruktion som förbinder två landområden, vanligen åtskilda av vatten. Det skulle kunna stanna vid detta enkla konstaterande. Men det ögonblick i ett brobygge när sammankopplingen är fullbordad och människor på ömse sidor för första gången når varandra utan beröring med vattnet, betecknas ofta som en stor händelse. De områden som av naturen varit separerade har nu förenats av människohand. Begivenheten markerar ett brott i vardagen som påkallar ritualer, ceremonier och festivitas därför att färdigställandet signalerar en övergång från gammal till ny tid. Den praktiska funktionen har följaktligen i alla tider leddats av skilda symboliska tillskrivningar.

En sådan *stor händelse*, nämligen invigningen av Öresundsbron första juli 2000, reflekterar femton företagsekonomer och kulturforskare över i antologin *Öresundsbron på uppmärksamhetens marknad. Regionbyggare i evenemangsbranschen*. Boken är resultatet av ett danskt-svenskt samarbetsprojekt som bedrivits sedan 1998. Projektet har varit produktivt. För två år sedan publicerades antologin *Invoking a Transnational Metropolis. The Making of the Öresund Region*. Medan den boken fokuserade händelser, drömmar och visioner under byggnationen av bron är det nu den stora övergångsriten som granskas, den komprimerade situation när bron och regionen tar steget från vision till vardag.

Titeln på det senaste alstret korresponderar väl med innehållet. Öresundsbron byggs och invigs i en bestämd tid, med specifika syften. Fonden är 1990-talets transnationella regionaliseringssträvanden i skuggan av allmänna globaliseringsprocesser och vidgat EU-samarbete. Bron över Öresund ses av initiativtagare och regiontillskyndare både som en demonstration av något redan befintligt och som ett centralt led i konstruktionen av en ny transnationell samhörighet, regionen Öresund med Köpenhamn och Malmö som ny gemensam "huvudstad", ett slags nordisk variant på Buda och Pest.

Sundet omvandlas i den föreställningsvärlden till en bred flod som delar den nya storstaden i två halvöar. Här är man varken svensk eller dansk, malmöbo eller köpenhamnare, utan "öresundare". Evenemanget på invigningsdagen har som målsättning att stärka och manifesteras existensen av denna nya gemenskap.

Till bakgrunden hör också den s.k. *nya ekonomins* framväxt, med upplevelseindustri och evenemangskultur som karakteristiska drag. Invigningen av Öresundsbron är ett exempel på ett sådant tidstypiskt evenemang, planlagt och iscensatt av ett professionellt spektakelmakargäng kallat Arte Event. Evenemangets syfte, här och generellt i den nya ekonomins epok, är att fånga så många människors uppmärksamhet som möjligt. Nyckeln till detta spridande är givetvis media, därför blir arrangemanget framför allt det som Per Olof Berg i sin artikel *Evenemang som storskalig magi* kallar ett "megamediaevenemang". Invigningsarrangemanget riktas först och främst till en publik utöver den som fysiskt deltar i och åser ceremonierna på plats. Varför är dessa utomstående betraktare så viktiga? Varför är det tv-sändningens speciella krav och kvalitet som arrangörerna främst har i tankarna under planläggning och genomförande?

Som poängteras på olika ställen i boken förefaller bron som transportled vara underordnad dess funktion som reklampelare och varumärke i invigningsretoriken. Öresundsbron ska sälja den nya regionen på den internationella marknaden. Den ska ge en bild av framtidstro, tillväxt och utvecklingsambitioner. Investerare med kapital och entreprenörer med idéer ska lockas till denna redan blomstrande marknad. Med tanke på trängseln som råder på den postmoderna media- och informationsmarknaden, bl.a. av regioner som på motsvarande sätt försöker marknadsföra sig, måste evenemanget vara särdeles uppseendeväckande. Blaserade storspelare på den internationella kapitalmarknaden ska med alla medel få upp ögonen för regionen som attraktiv drivbank för kapitaltillväxt.

Men är påkostade och strategiskt planlagda evenemang en ny företeelse i historien? Nej, menar Per Olof Berg och Orvar Löfgren i inledningsartikeln *Konsten att öppna en bro*. Förvisso var evenemangen av nutida märke sällsynta under 1900-talets tidigare decennier. Men genom att dra paralleller till 1600-talets hovfester i samband med stora officiella händelser vill man påvisa en historisk kontinuitet. Underrubriken är *Evenemangets återkomst*. Jag blir lite tveksam till den hisnande jämförelsen. Det känns som ett försök att

rädda tesen om att det postmoderna samhället är en chimär. Det märkliga är nämligen att man i samma avsnitt visar att invigningar under, vad man kallar, den "klassiska modernitetens" tid, exemplifierat av Svinesundsbron 1946 och motorvägen Malmö–Lund 1953, knappast kan inordnas under begreppet evenemangskultur. Det handlade då om "strama statsritualer", modesta bandklippningsceremonier fjärran från nutida skådespel och sensationsskapande. Medias roll var perifer, inskränkt till saklig rapportering av förloppet.

För mig blir detta tecken på spännande skillnader mellan modern och postmodern tid som kanske skulle ha kunnat elaboreras mer om inte kontinuiteten ställts i förgrunden. Under folkhemsskedet var öppnande av broar och motorvägar nationella begivenheter, oavsett var i landet de ägde rum. De betraktades knappast som regionala marknadsföringsprojekt med syfte att locka kapital till bygden. Ändå var de mer än blott praktiska företeelser. I den moderna föreställningsvärlden var t.ex. nya, imposanta broar naturliga led i en samhällelig utvecklingsprocess som föreställdes vara mer eller mindre garanterad. I en internationell jämförelse kunde de tekniska underverken visa nationens placering i det globala framåtskridandet. Idag förefaller de symboliska aspekterna prioriteras framför de praktiska. Staten har retirerat som garant för välfärd och tillväxt, till förmån för lokala industrimagnater, marknadsaktörer och kommunalpolitiker i ohelig allians. Inget föreställs längre vara givet i den *nya ekonomins* tidevarv. Traktens eller regionens framtida välgång hänger på lyckad marknadsföring, i kompetensen att skapa trovärdighet för kapitalplaceringar.

Betydelseförskjutningar gömmer sig även i själva begreppet *region*. Regioner är givetvis inga nya företeelser. Alla stater hade sina regioner, områden som ibland även kunde korsa nationsgränser. Men skillnaden gentemot nuets regioner var att de helt enkelt *fanns* där, uppfattade som närmast av naturen givna. De föreställdes inte, vilket verkar vara nutidens förhållningssätt, vara möjliga att radera ut, skapa eller accentuera. I Stockholm finns det till exempel långtgående planer att föra samman det svenska huvudstadsområdet med distrikten kring Helsingfors, Tallinn och Sankt Petersburg i en transnationell region av Öresundsmodell. Låt vara att man här (ännu) ligger lågt med att tala om regional identitet. För att den diskussionen ska ta fart krävs kanske ett överbyggande broprojekt.

Den här boken bjuder inte bara på en rad skarpsynta analyser av invigningsceremoniernas alla moment i

och mellan Malmö och Köpenhamn. Den rymmer även nyorienterande metodologiska och teoretiska intentioner som jag gärna vill uppehålla mig vid. Redaktörerna rubricerar undersökningen som "en kollektiv intensivstudie med etnografisk metod" (26). Forskargruppen står här inför utmaningen att fånga ett fenomen i rörelse, vilket kompliceras ytterligare av att ceremonin i själva verket är många högtidligheter som händer samtidigt över ett omfattande geografiskt område. Dessutom kan åskådarmassan knappast betraktas som ett homogent kollektiv. För att gripa invigningen under själva förloppet i dess mångfald har forskarna därför placerat ut sig på skiftande platser och inom olika sociala sammanhang. Någon rör sig bland VIP-gästerna i kungatåget, en annan förenar sig med tv-publiken och följer invigningen hemma i soffan.

Ambitionen med fältarbetet kan kort sammanfattas i att fånga den mängd av skiftande upplevelser, känslor och berättelser som ett evenemang av det här formatet kan ge underlag för. En teoretisk ledstjärna är att upplevelser aldrig (vilket upplevelseindustrin antas tro) kan förprogrammeras. På det individuella planet är de både mångskiftande och flyktiga. Intentionen är därför, som det formuleras, att "... nå bortom diskursen, det flitiga talet om vad som skulle ske eller hade ägt rum" (31). Vidare framställs uppgiften som att "... försöka fånga de icke-diskursiva inslagen, sätta ord på undan glidande och diffusa intryck" (33). Det här är intressanta föresatser, men samtidigt får det mig att undra. Vad skiljer det diskursiva från det icke-diskursiva i undersökningen? På vilket sätt undslipper "diffusa intryck" det diskursivas garn? Här saknar jag en mer teoretiskt grundad argumentation som klargör hur detta är möjligt. Utifrån en diskursteoretisk ståndpunkt kan det naturligtvis påpekas att en känsla, hur dunkel och svårfångad den än är, blir diskursiv i den stund den medvetandegörs som en specifik känsla. Diskurserna är alltså verksamma även innan de materialiseras i tal eller skrift. Kulturen tillhandahåller alltid ett antal diskurser som oreflekterat brukas för att göra känslor och erfarenheter meningsfulla. Man kan också vända på resonemanget och hävda utifrån samma ståndpunkt att ett diskursperspektiv inte utesluter möjligheten att fånga mängden av personliga upplevelser, förutsatt att *personligt* inte definieras som icke-diskursivt.

Den uttalade intentionen i undersökningen att försöka fånga mängden av skiftande, personliga upplevelser får mig också att fundera över vad den etnografiska metoden, det kollektiva fältarbetet, ger för material.

Det bör framhållas att det kollektiva syftar på gemensamma diskussioner kring strategier före och intryck efter begivenheterna. Det finns också mängder av kors hänvisningar i de enskilda bidragen, vilket visar metodens förtjänster. Men i fältet är forskaren solo och det i flera bemärkelser. Denne finns främst där i egenskap av observatör och deltagare. Det är möjligt att den ambulatoriske forskaren talar med övriga i publiken, men det återspeglas mycket lite i de olika artiklarna. I den mån de släpps in är det som anonym röst ur folkmassan, oftast i form av ett kort och slagfärdigt yttrande. I själva verket får vi veta mycket lite om mångfalden av skilda upplevelser bland publik och deltagare. Vi får veta desto mer om hur *forskaren* känner det när denne agerar som t.ex. VIP-gäst, som en i publiken på centralstationen i Malmö, som deltagande löpare i broloppet på en av *Öppen bro*-dagarna 8–10 juni etc. Här uppträder alltså vetenskaparen i flera komplexa roller samtidigt. Han är den distanserade betraktaren parallellt med att han är synnerligen insluten i sin roll som firare av Öresundsbrons färdigställande. Så opererar forskaren som både undersökare och objekt för undersökningen. Men frågan är i vilken mån etnologen eller företagsekonomen bara *spelar* rollen som deltagare? Det är klart att han i viss mening *spelar*. Om inte tvingas han träda ur rollen som vetenskapsman. Men för att nå den kunskap som eftersträvas är det på samma gång viktigt att denne *inte spelar*. Han ska verkligen representera en genomsnittsperson i den utvalda kategorin. Man söker ju de svårfångade och flyktiga känslor som ”vanliga” människor kan förnimma under invigningsdagen.

Men det är givet att man inte lyckas med detta balansnummer. Forskarens upplevelser är varken representativa för skilda publikkategorier eller unika. De är just forskarens i första hand. I detta sammanhang vill jag något revidera vad jag tidigare påstod om forskaren som varande solo under fältarbetet. Denne är inte helt ensam, han har vänner med sig, men de är dolda. De heter Simmel, Heidegger, Castells, Harvey, Deleuze, Foucault osv. När Tom O'Dell cyklar över bron, Per Markku Ristilampi promenerar med familjen eller Markus Idvall plågar sig igenom broloppet som långdistanslöpare för att gripas av *beröringens magi*, så finns alla dessa herrar med, vars teorier och reflexioner sätter ord på den undersökande brobesökarens erfarenheter och förnimmelser. Vetenskapliga diskurser dominerar som tolkningsredskap och så ska det naturligtvis vara. Däri ligger värdet på den kunskap som utvinns.

I denna recension har jag valt att ta fasta på den kollektiva föresats som har legat till grund för undersökningen och antologin. Jag har alltså diskuterat boken som en produkt av projektgruppens gemensamma mödor och avsikter. Tyvärr har detta inneburit att de enskilda författarnas artiklar fallit i skymundan. Det är synd, eftersom här finns många infallsrika, välskrivna och kloka bidrag som bjuder på aha-upplevelser av en art som korresponderar väl med den upplevelseindustri man säger sig studera. Ett typexempel är Sara Berglunds artikel, *Gömd, glömd och fördömd*, som gör läsaren uppmärksam på att bron till stor del är en tunnel. Varför en transportled som faktiskt består av en tunnel och en bro reducerats till ”Öresundsbron” i retoriken ger Berglund här en övertygande förklaring till. Ett annat gott exempel är Orvar Löfgrens *Begravningen av Pylonia*, som är skriven med utgångspunkt i en bilresa över bron en vecka efter invigningen. Magin är borta, konstaterar Löfgren. Drömmarnas bro har när vision övergått i vardag blivit en själlös asfaltsled mellan Sverige och Danmark. Framtiden är här och den ter sig ganska blek i förhållande till de visioner som frodades när man ännu var på väg.

Sammantaget är detta en mycket välskriven och läsvänlig bok med utomordentliga bildillustrationer. Det finns ett spänningsmoment i den som tilltalar mig. Inför varje avsnitt undrar man: Vad kommer att hända, vad kommer att upptäckas? Och man blir sällan besviken. Men framförallt är detta ett ytterst väsentligt bidrag till den kultur- och samhällsvetenskapliga forskning som fokuserar samtidens stora och brännande frågor kring nationalstaternas förlorade auktoritet, EU-projektet, globalisering och regionalisering, modernitet och postmodernitet, den *nya ekonomin* etc. Det har skrivits och skrivs en hel del svepande kring upplevelseindustri och evenemang som kännetecken för senkapitalismen, men här förs man in i evenemangskulturens mikroprocesser på konkret, människonära nivå. Vi får bokstavligen, genom forskarlagets närkontakt med firandet, känna essensen i den *nya ekonomin* in på bara huden. Vad passar bättre än en konstellation av företagsekonomer och kulturforskare för att granska detta fenomen?

Men boken avslutas dock ganska märkligt. Jag saknar en sammanfattning som återknyter till syftet och lyfter fram några centrala drag i den evenemangskultur som granskats. Nu följs istället Löfgrens excellenta artikel om Pylonia av ett avsnitt kallat *Post festum*, författat av Löfgren och Berg, där en hel del av de konstateranden som Löfgren gör i det föregående kapitlet plötsligt vänds

till sin motsats. Här ses bron som en nödvändig del av utvecklingen av regionen. Just ordet *nödvändig* återkommer vid flera tillfällen och jag frågar mig: För vem eller vilka är denna utveckling *nödvändig*?

Mats Lindqvist, Södertörn

Det kommunikativa handlandet. Kulturella perspektiv på medier och konsumtion. Bjurström, Erling, Fornäs, Johan & Ganetz, Hillevi (red.). Nya Doxa, Nora. 2000. 208 s. ISBN 91-587-0346-3.

Passager. Medier och kultur i ett köpcentrum. Becker, Karin, Bjurström, Erling, Fornäs, Johan & Ganetz, Hillevi (red.). Nya Doxa, Nora. 2001. 480 s., ill. ISBN 91-578-0366-8.

1998 påbörjades forskningsprojektet "Populära passager: Medierna i det moderna konsumtionsrummet" vid Arbetslivsinstitutet i Norrköping och de två böcker som recenseras här är båda resultat av detta projekt. *Det kommunikativa handlandet* är projektets första bok. Där är utgångspunkten framför allt teoretisk och koncentrationen ligger på hur mediebruk och konsumtion är relaterade till varandra. Boken *Passager* har däremot en empirisk grund och bygger på ett fältarbete i ett köpcentrum, närmare bestämt Solna centrum. Böckerna har således sitt ursprung i samma forskningsprojekt och de teoretiska ramarna är till stor del desamma. Men de har ändå blivit mycket olika, inte minst genom skillnaden i fokus.

Det kommunikativa handlandet är skriven av Erling Bjurström, Johan Fornäs och Hillevi Ganetz, som alla tillhör den centrala projektgruppen. De har haft ungefär lika stort ansvar för bokens innehåll och står som huvudförfattare för ett par kapitel var. Att det är tre olika författare märks givetvis till viss del i språkbruk och skrivsätt, men på det stora hela är det en mycket väl sammanhållen bok. Det är tre centrala teman som tas upp: kultur, konsumtion och medier, och dessa tre företeelser analyseras sedan i förhållande till varandra. Syftet är i första hand att granska tidigare kulturforskning om konsumtion och mediebruk och i boken redogörs grundligt för den forskning som gjorts inom dessa områden. Perspektivet är genomgående processinriktat, vilket bl.a. märks i att just bruket av medier och konsumtionens praktiker uppmärksammas. Mitt intryck av boken är att det är en grundläggande text som

riktar sig till studenter i medievetenskap och andra som är intresserade av medier och konsumtion men som inte är så väl insatta. Som en sådan introduktion fungerar den huvudsakligen bra, utom då språket i vissa avsnitt blir väl komplicerat och försvårar snarare än förenklar förståelsen. Det gäller framför allt i kapitlet "Kulturperspektiv på mediekonsumtion", där uppradandet av specifika begrepp ibland gör texten svårforcerad. Men utöver en del sådana passager är det en bra genomgång av tidigare forskning om medier och konsumtion, som dessutom ger nya insikter genom att relatera dessa företeelser till varandra, och genom de problematiseringar som görs i slutet av boken.

I förordet till *Passager* hävdas att bokens form lägger sig mittemellan den fragmenterade antologins och den sammanhållna monografins, men trots att den har ett konkret tema är intrycket i första hand att detta är en antologi. Den är 480 sidor lång och innehåller 16 bidrag som tar upp olika aspekter och är skrivna på olika sätt. I jämförelse med *Det kommunikativa handlandet* blir den därför med nödvändighet betydligt mer splittrad. För att vara en antologi är den emellertid väl sammanhållen, vilket till stor del beror på att både den teoretiska grunden och den empiriska basen är gemensam för de olika artiklarna. När det gäller teorin är det Walter Benjamins klassiska "Passagearbete" som varit den främsta inspirationen. Där skriver han om arkaderna i Paris på 1800-talet och analyserar dem och deras betydelse ur ett modernitetsperspektiv, vilket sedan således inspirerat författarna i analysen av ett modernt köpcentrum. Jämförelserna med Benjamins arbete återkommer i texten, både när det gäller hur ett köpcentrum och det som försiggår där kan förstås och tolkas, och mer konkret. Arkitekten som har formgivit Solna centrum har t.ex. inspirerats av de miljöer Benjamin skrev om och de likheter som finns mellan de fysiska miljöerna uppmärksammas i flera av bidragen. Det är en styrka i boken att Benjamin är ett återkommande tema, men samtidigt kan det i vissa lägen kännas lite som en upprepning när ytterligare en författare refererar till hans resonemang.

Att den empiriska utgångspunkten för studien är ett bestämt, relativt avgränsat rum har stor betydelse för de olika artiklarna och utmärker boken som sådan. Det är alltså Solna centrum, ett stort köpcentrum med runt hundra butiker och tjugofem restauranger, som utgjort basen för fältarbetet och utifrån detta rum vill författarna skildra "hur en massa olika typer av medier och människor flödar samman och växelverkar" (s.13). Fält-