

Grått, tråkigt, totalkriminellt?

Diplomatiska beskrivningar av Polen – en fallstudie

David Wästerfors

Inledning

Den omtalade globaliseringen förknippas inte bara med snabba finansiella rörelser utan också med ökat antal möten mellan etniska och nationella grupper. Beskrivningen av en sådan ökad kommunikation är ett stående inslag i såväl debatt (Martin & Schumann 1997) som samhällsvetenskaplig teoridiskussion (Bauman 1998, Beck 1998). Samtidigt anses det etniska identitetsbegreppet ha försvagats eller fragmentiserats (Alsmark 1997) och förvirring eller nyskapande uppstår även hos enskilda individer¹.

Mot denna bakgrund blir etnisk eller nationell ”bildpolitik” intressant; det strategiska laborerandet av nationella beskrivningar. När den etniska och nationella kakofonin tilltar avkrävs personer på mellanstatliga eller interkulturella positioner en alltmer sofistikerad kompetens att presentera trovärdiga beskrivningar av nationella eller etniska enheter, och punktera felaktiga. Beskrivningar eller bilder krävs för att fylla en efterfrågan på kunskap, vars grundfrågor är ”hur är vi?” och ”hur är de andra?”². Sådan kunskap kan sedan fungera som grund för handling samtidigt som kunskapsproduktionen i sig är en handling.

Syftet med denna studie är att beskriva och tolka den praktiska och återberättade bildpolitik som urskiljs i ett fall: en intervju med en svensk beskickningschef i Polen. Under intervjun laborerar den intervjuade med olika bilder av Polen och Sverige.

Studien belyser en ”kulturell översättare” vars position blir allt viktigare i takt med att Sverige får fler förbindelser med Polen och övriga Öst- och Centraleuropa. Polen har från svensk synvinkel återupptäckts under de senaste åren, framför allt ur företagar- och handelssynpunkt. Studiens tolkning sker mot bakgrund av en kvalitativ undersökning³ där 15 personer har intervjuats som helt eller delvis arbetar i Polen eller Tjeckien.

Teori och metod

Vad är då bildpolitik? I analogi med identitetspolitik, som kan sägas beteckna människors självmedvetna sätt att kommunicera sin kultur (Hylland Eriksen 1998), kan bildpolitik definieras som ett självmedvetet sätt att kommunicera bilder av den egna och andras kulturer eller etniciteter. Etnicitet kan ”överkom-

municeras", det vill säga avsiktligt visas upp (ibid. s 32). Begreppet "politik" antyder att kommunikationen har en maktdimension; den sker i förhållande till en ideologi eller ett moraliskt universum. Begreppet "självmedvetet" kan underförstå en underliggande rationalitet, en syftesorientering, i kombination med reflexioner kring detta. Utifrån dessa två anmärkningar kan definitionen av bildpolitik preciseras en aning. Bildpolitik skulle då definieras som ett självmedvetet sätt att kommunicera etniska eller nationella bilder för att bekräfta, förändra eller falsifiera en viss struktur. Kommunikationen blir ett slags bearbetning, bilderna blir retoriska byggklossar eller vapen. Dessa strukturer kan till exempel vara interaktionella, organisatoriska eller diskursiva.

Det handlar med andra ord om att laborera med bilder på ett sätt som uppnår ett mål som i sin tur definieras i förhållande till en social interaktion, en omgivande organisation eller en aktualiserad diskurs. Bildpolitik kan alltså utföras på olika nivåer. De nivåer som nämnts här kan säkert kompletteras av andra.

Denna studie fokuserar en traditionell position för nationell bildpolitik⁴, chefen för en svensk beskickningsenhet⁵ i Polen. I min intervju med henne utträder en del av de kännetecken jag beskrivit; hon presenterar, förbinder, jämför och pekar på olikheter mellan nationella eller etniska bilder samtidigt som hon försöker undanröja de bilder som anses felaktiga. Både under intervjun (genom mina frågor) och i sitt arbete avkrävs hon en bildpolitisk kompetens.

Sveriges förhållande till Polen och övriga Öst- och Centraleuropa gör intervjun särskilt intressant. Efter kommunismens fall har förbindelserna med detta område ökat dramatiskt⁶, vilket sammanfaller med en ökad svensk efterfrågan på trovärdiga beskrivningar av Polen. Nya bilder måste produceras och gamla falsifieras. Såväl den svenska som den polska regeringen har initierat sådana beskrivningsprojekt⁷. Turistbyråer och resebolag gör liknande insatser.

Min definition av bildpolitik bär släktskap med Erving Goffmans dramaturgiska perspektiv. Detta omfattar bland annat en skildring av konsten att styra intryck som upprätthåller och beskyddar vissa situationsdefinitioner (Goffman 1991). Samma typ av lojalitet, disciplin och försiktighet som Goffman urskiljer återfinns i denna undersökning. Skillnaden är att här framträder dessa kännetecken även på ett berättelseplan som Goffman sällan fokuserar. Dessutom uttrycker dessa berättelser en identifikation som snarare hör samman med sociala identitetsteorier; identifikationen med en världsbild och ett yrke där bildpolitik anses angeläget (jfr Scott & Benford 1994, Benford & Scott 1992). Det dramaturgiska perspektivet förefaller alltså för snävt för studien. Det förknippas med tolkningen av konkreta interaktioner snarare än interaktioner som tolkas så att de utspelas parallellt med och integrerat i ett narrativt plan.

Trots att bildpolitik måste betraktas som ett dramaturgiskt begrepp utgår jag alltså inte enbart från Goffman utan även från en symbolisk-interaktionistisk och en konstruktivistisk tradition inom sociologin (Blumer 1986, Silverman 1997, Gubrium & Holstein 1997). Det betyder att jag för det första fokuserar sociala definitionsprocesser inom en interaktion (intervjun), för det andra dess berättade innehåll (texten) och dess konsekvenser. Betoningen ligger på den reflexiva tolkningen av de betydelser som tilldelas, och anses tilldelas, begrepp som "Polen", "Sverige", "svenskar" och "polacker". Utöver detta tillkommer

en diskursiv analysnivå där en struktur skisseras som ramar in det interaktiva spelet. Min definition av "diskurs" motsvarar den Chase (1995) använder, det vill säga "meningsnätverk". Till analysens olika moment anknyts några preliminära tolkningar från andra intervjuer (se not 3), där liknande drag påträffats.

Intervjun genomfördes under 1999 i Warszawa. Den har transkriberats ord för ord⁸ och sedan analyserats som text. I tolkningen av intervjun har jag undvikit att betrakta intervjuarens uttalanden som förklaringar för att istället se dem som moraliskt laddade deklamationer, det vill säga socialt instruerande och modellerande (Silverman 1997; för empiriskt exempel se Baruch 1981). Förklaringen är enkel: det är svårt, för att inte säga omöjligt, att kontrollera allt den intervjuade säger. En sådan kontroll kräver dessutom en objektivistisk syn på kunskap som i det här fallet är orimlig. Ingen nationell bild kan sägas vara helt och fullt "sann".

Under intervjun däremot följde jag den intervjuades tankegång och deltog i samtalet *som om* de innehöll förklaringar. I intervjusituationen var alltså mina konstruktivistiska anspråk dämpade, vilket bidrog till att skapa en interaktion och inte enbart en monolog. Det berodde inte på en överlagd plan. Förklaringen är istället att den konstruktivistiska analysen kräver en viss tid och ansträngning, vilket gör att den inte omedelbart kan genomföras under en förhållandevis kort intervju. Först i efterhand praktiseras det analytiska betraktelsesättet.

Det finns en rad nackdelar med denna metod. Genom att då och då delta i samtalet som intervjuare kan illusionen av "ett vanligt samtal" skapas, som gör analysen blind för den trots allt forskartypiska kontext som samtalet utspelar sig inom. Jag har försökt undvika detta genom att lyfta fram mitt eget deltagande och på det viset göra vissa av mina repliker och deras konsekvenser till föremål för tolkning. Intervjun ses alltså inte som en "rapport från verkligheten" utan som en aktivering av olika narrativa resurser (Holstein & Gubrium 1997).

En annan nackdel rör risken för att reifiera den intervjuades bildproduktion, så att den framstår som monolitisk och orubblig. Därför har jag försökt åter skapa det spel mellan bilder som intervjun gav prov på, istället för att tillskriva den intervjuade en uppsättning enkla föreställningar om Polen. Därav fokuseringen på bildpolitik istället för bilder.

Vidare kan det på ett etiskt plan framstå som problematiskt att i efterhand utveckla ett slags detaljerad kritik av den intervjuades uttalanden utan att hon får en chans att invända. Detta bygger dock på ett missförstånd av den konstruktivistiska ansatsen. Idén är inte att "kritisera" i konventionell bemärkelse utan att studera själva laborerandet av nationella bilder. *Innehållet* eller *sanningshalten* i bilderna ifrågasätts inte (de bekräftas inte heller).

Ytterligare ett problem handlar om kvalitativa fallstudier i allmänhet; deras resultat kan inte utan vidare generaliseras. Här kan dock en uppvägande fördel utpekas. En kvalitativ studie innebär möjligheter att skildra laborerandet av nationella bilder som nyansrikt, komplext och kontextbundet, något kvantitativa studier inte alltid gör. För att spegla detta "berättandets flöde och ordning" (Atkinson 1992) presenteras vissa citat i form av ganska långa utdrag.

Hurdan är polacken?

Den intervjuade beskickningschefen uttrycker på flera sätt att hon förväntas producera bilder av Polen. Skälet till detta är uppenbart. Det svenska näringslivet tillhör hennes främsta klientgrupp, och många svenska företag är intresserade av att etablera sig i Polen och vill därför ha information. Chefen låter framställa ”marknadscheckar” och ”marknadsanalyser” för företagen, berättar om lagar och regler. Att det handlar om ett slags bildproduktion tydliggörs även i ordvalet; den intervjuade talar om att ge en ”konkurrensbild” och en ”prisbild” för företagen. Karakteristiskt för hennes framställning är de föreskrivna metoderna för denna bildproduktion samt hennes medvetenhet kring den.

Det mest effektiva sättet att sprida information är enligt den intervjuade att arrangera besök. Detta bör intresserade företag lägga mest pengar på, säger hon, ”... så att dom får komma hit och *se* dom här sakerna med egna ögon”. De intervjuade betonar vikten av att intresserade svenskar får träffa blivande kunder och samarbetspartners, och att de själva ”på plats” kan se hur den polska marknaden fungerar. Besöksprogram fungerar därför bättre än en skriven rapport, menar den intervjuade chefen. När jag frågar varför förklarar hon det så här:

Ja, men en rapport! Du vet själv hur mycket rapporter det finns [ja] och hur mycket rapporter en företagsledare får [mm], och dom tittar på det och men *det gäller aldrig riktigt förrän dom själva har sett det*. Jag har aldrig träffat på nån som fattar ett beslut om en etablering utifrån en rapport [nä, nä, ah].

Här framträder en närmast naturalistisk kunskapssyn (Gubrium & Holstein 1997). Betoningen av att ”se”, ”träffa” och vara ”på plats” kontrasteras mot den skrivna rapporten som värderas lägre än de egna intrycken. Den intervjuade presenterar en praktisk och konkret bildpolitik som går ut på att skapa vissa bilder genom arrangerade upplevelser. Den naturalistiska inramningen antyder att den intervjuade räknar med ett motstånd hos mottagarna; en felaktig bild måste bekämpas, och då anses en rapport otillräcklig. Underförstått kan den intervjuade anta att intressenternas föreställningsförmåga är för dålig för att de utifrån en skriven text ska ändra uppfattning om Polen. Samtidigt är omständigheterna speciella, förklarar hon senare. Förhållandena i Polen ändras snabbt, ”det är en sån rörig marknad”⁹. En skriven rapport kan snabbt bli inaktuell.

När jag frågar om den intervjuade ger några råd eller tips till företag uttrycks en medvetenhet kring att bildproduktionen kan ligga snubblande nära stereotypisering (Hylland Eriksen 1998):

Det är ju standardfrågan som man ständigt får, kulturella skillnader, ’hurdan är polacken?’ och så där, va, [mm] och eh visst, polacken är mycket *annorlunda* mot svensken för polacken är sydeuropé, fullständigt, va [uhum].

”Standardfrågan” (som jag alltså inte ställde) framstår till en början som något naiv men följs sedan av ett ”visst” och ett svar på frågan; polacken är ”sydeuropé”. I en och samma mening kan alltså den intervjuade både distansera sig från och aktivt ge sig i kast med bildproduktion.

Etiketten "sydeuropé" förklaras senare med att polackerna har åsikter om allt, och att de är lika temperamentsfulla till sättet som de är i trafiken; detta sägs på ett skämtsamt sätt. Det intressanta är att den intervjuade undviker (den mer logiska) beteckningen "centraleuropé", som ger andra konnotationer, liksom beteckningen "östeuropé". Att presentera polacken som en "sydeuropé" kan istället för att bekräfta svenskars föreställningar ge upphov till en ny kulturell förklaringsmodell: Polen presenteras som *söder* om Sverige – vilket ju även motsvarar geografin – snarare än öster – vilket sammanfaller med det kalla krigets gamla gräns. En ny bild ska ersätta en gammal.

För att få tillgång till korrekta bilder av Polen betonar också den intervjuade chefen vikten av kulturell anpassning, att så att säga "go native". Detta framgår till exempel när hon förklarar hur ett svenskt företag ska agera för att lyckas i Polen:

Du måste *totalt* anpassa dig till polska förhållanden, du måste bli polsk i ditt sätt att vara. Det är *omöjligt* att komma hit och köra nåt sorts svenskt koncept, planka det här.

För att uppnå denna totala anpassning rekommenderar beskickningen ett relativt litet antal svenska anställda på företagen i Polen, vilket kan tolkas som ett råd att hålla svenska bildproducenter borta. Dessutom rekommenderas inte rekrytering av svensk-polacker, eftersom dessa definieras som "egentliga" svenskar: "dom är *svenskar*, va, sen råkar dom då kunna polska". Den intervjuade chefen tar sin egen verksamhet som föredömligt exempel; hon omges till största delen av polska medarbetare. (I andra intervjuer med svenska företagare i Polen förekommer motsatta synpunkter. En företagsledare beskriver etableringen i Polen som helt avhängig det faktum att två svensk-polacker anlitas i ett inledande skede).

Punkteringar eller attackerande beskrivningar

Förutom att betona vikten av att inhämta korrekta bilder av Polen och medvetenheten kring bildproduktionen poängterar den intervjuade beskickningschefen kampen mot felaktiga beskrivningar. Vissa bilder av Polen måste avvisas på olika sätt. Nedan följer tre grupper av sådana bilder. Rubrikerna för dessa grupper ska inte läsas som mina påståenden utan som tematiska koncentrat av den intervjuades förklaringar.

1. Polen är ingen fantastisk marknad

En bild som anses felaktig rör svenska företags möjligheter i Polen. Via medier och rykten har en orealistiskt euforisk föreställning om den polska marknaden spridit sig, enligt den intervjuade, något hon får erfara i sitt jobb. Det är "inte ovanligt" att hon får samtal från företag som går dåligt i Sverige:

IP: ... så har dom ((företagen i Sverige)) haft brainstorming [mm] och kommit på att 'wow, *Polen*, det är, det har vi hört, det är vår, lösningen på vårt problem' [mm].

· Det tar ju ungefär fem minuter att liksom inse att dom har inte en chans i världen.
 I: Och det säger ni då?
 IP: Ja, det måste vi [ja, ja just det], det måste vi [ja]. Det vore hemskt och lura hit dom [mm].

Bilden av Polen som det nerkörda svenska företagens utväg, ett marknadsekonomiskt tillfälle, måste alltså punkteras, enligt den intervjuade. Det sker inte minst för intressenternas egen skull, menar beskickningschefen; ”det vore hemskt och lura hit dom”.

Lite senare ifrågasätter jag denna bildpolitiska praktik på ett försiktigt sätt, varvid en praktisk bild-punktering tar vid:

IP: =Då tror man ((som svensk företagare)) att, att man tror att det är enkelt i alla fall [ja, mm], att det är ungefär bara att komma hit och ta för sig men så *är* det inte=
 I: = Ja, men samtidigt *är* det ju en växande marknad också ((frågende))=
 IP: =Det är en *fantastisk* marknad [ja] och det är en oerhörd skillnad, det må-, det ska man vara medveten om, att ge sig in i ett land där marknaden ökar, hela tiden [mm], där du inte måste sno en annans marknadsandel, det gör det onekligen [ja] mycket lättare [mm]. Men å andra sidan, konkurrensen är precis lika stor här som *någon* annanstans [mm], det är inte bara skandinaviska eller västeuropeiska företag som finns här, det är företag från precis hela världen [mm], massa asiatiska, massa amerikanska.

Min replik fungerar här som ett försök att återupprätta den euforiska bilden av den polska marknaden (”samtidigt *är* det ju...”), något som den intervjuade chefen sedan utvecklar: ”det är en *fantastisk* marknad”. Sedan följer dock ett avsteg – ”men å andra sidan” – och en presentation av ett till synes oavvisligt faktum som punkterar euforin: konkurrensen är minst lika stor, om inte större, i Polen.

Lite senare framhåller den intervjuade att få svenska företagare misslyckas när de väl är på plats, och att den realistiskt positiva bilden av Polen därmed ganska sällan får praktiska konsekvenser. Hennes bildpolitiska arbete kan kanske ses som en del av ambitionen att hålla andelen misslyckade etableringar på en låg nivå; genom effektiva undanröjningar av felaktiga bilder hålls realistiska företagare borta. Den intervjuade förklarar istället frånvaron av svenska misslyckanden genom en annan bild, denna gång ett porträtt av svenskarna:

Men det ligger i den svenska, normala mentaliteten att man *är* väldigt försiktig [mm].

Denna svenska ”mentalitet” står i underförstådd kontrast till polackerna som ”sydeuropéer”, präglade av ett sätt som anses allt annat än försiktigt.

Ett av de exempel den intervjuade ger på misslyckade etableringar gäller ett svenskt företag i livsmedelsbranschen. Det etablerades i norra Polen i början på 90-talet men tvingades efter tre år att avbryta och dra sig tillbaka. Misslyckandet berodde på alltför dålig marknadsföring, menar den intervjuade beskickningschefen. Företaget förstod inte att konkurrensen i Polen kräver mer reklam än motsvarande försäljning kräver i Sverige. Grundproblemet anses alltså vara felaktig eller bristande kunskap. Signifikativt hade beskickningen nästan ingen kontakt med företaget, enligt den intervjuade, vilket kan ses som ett framfört implicit ”bevis” på dess kompetens: om företaget hade kontaktat kontoret för rådgivning hade utvecklingen kunnat undvikas.

I en telefonintervju¹⁰ med den aktuella företagsledaren i Sverige framkom en annan förklaring. Företagaren tecknade en bild av Polen som närmast liknade en inverterad euforisk framställning; misslyckandet berodde på att fyrtio procent av polackerna var ”skojare”, att deras ”mentalitet” var annorlunda, att ”det postkommunistiska tänkandet” inte stämde överens med ”vårt tänkande”. Företagets strategi beskrevs däremot som korrekt. Orsaken bakom misslyckandet tilldelades polackernas agerande. ”Jag tror inte på de länderna”, säger denne företagare. ”Dom som talar om att vi ska satsa där vet inte vad dom talar om”.

Denna skildring ger konturerna till en ”atrociti story” (Dingwall 1977), en berättelse om en dramatisk katastrof med tydligt moraliskt innehåll. Den ligger långt från de uttryck och ordval den intervjuade beskickningschefen använder. Hennes strategiska beskrivningar av Polen utgår inte bara från en exkludering av det överdrivet positiva utan också från en motsvarande avvísning av det överdrivet negativa. En sådan balansakt tycktes frånvarande hos företagaren. Han bedrev alltså knappast någon bildpolitik utan producerade en enda, logiskt enhetlig bild: det postkommunistiska Polen som orsak till det svenska företags misslyckande. Det är i relief till sådana skildringar som den intervjuade beskickningschefens bildpolitiska kompetens framträder tydligast.

2. Polen är inte grått, tråkigt och kriminellt

De värsta fördomarna om Polen har svensken i gemen, menar den intervjuade chefen. I Sverige finns ”en sån himla taskig bild” av Polen, säger hon:

IP: Grått, tråkigt, totalkriminellt [mm], står det nåt i tidningarna så är det ju faktiskt, även om du säger att det är en oerhört positiv bild som ges¹¹ men sätter du dig och lusläser artiklarna som skrivs om Polen så är det *mer* om bilstölder, amfetamintillverkning [ja], barnförsäljning, dålig miljö [mm] än vad det är [jovisst] om det positiva näringslivet [mm, mm], va. Så att, jag menar, jag får ju *fortfarande* spydiga kommentarer från folk i allmänhet i Sverige [mm], ’bo i Polen’ ungefär som man är deporterad=

I: =[skrattar till]=

IP: =Den här gråa, trista [mm] bilden, då va, och- och så farligt=

I: =Men hur gör du då? Försöker du kontra den, eller?

IP: Ja, jag försöker ju verkligen tala om hur fel dom har [ja] och eh jag menar, det är inte värre kriminalitet här än hemma och att dom inte kan hålla reda på vad som är gamla Sovjet och vad som är Polen, va [mm, mm]. För det är lite det, man vet inte, det är okunskapen, allting det där ’Öst-Central-’, jag menar det är som gamla Ryssland, det vet man ju hur det är ((ironiskt)) [ja, mm].

Här upprättar den intervjuade en nygammal gräns mellan Polen och före detta Sovjetunionen, en gräns som motsvarar den politiska gräns som verkligen återupprättats från 1989. Underförstått förvisar hon sedan de bilder som svenskar förknippar med hela före detta östblocket – ”allting det där ’Öst-Central-’” till andra sidan av denna gräns.

Denna retoriska gräns upprättas i en förklaringsmodell som presenteras efter min fråga (”försöker du kontra den, eller?”) där den intervjuade intygar sina bildpolitiska ansträngningar: ”jag försöker ju verkligen tala om hur fel dom har”. Gränsdragningen framförs också som en privat uppgift. Från svenskar får hon ”fortfarande” spydiga kommentarer om att bo i Polen, ”ungefär som man

är deporterad”, vilket följs av ett skratt från mig. Ordet ”fortfarande” antyder en grusad förhoppning om en förändring i tiden, en temporal dimension jag strax återvänder till.

Att över huvud taget betrakta Polen som tillhörande Europa är enligt den intervjuade ovanligt bland svenskar. De flesta placerar Polen i ”Östeuropa”, menar hon, medan andra—”dom som tycker dom är oerhört initierade”—säger ”Centraleuropa”, vilket hon själv också gör.

Här sammanfaller den intervjuades bildpolitiska ambitioner med den strävan som en rad grupper och individer i Europas postkommunistiska länder har visat upp, inte minst Polens regering: att profilera det egna landet och den egna kulturen som centraleuropeisk, och därmed skapa en distinktion gentemot den gamla ockupations- och förtryckarmakten Sovjetunionen¹² (Gerner 1992, 1997). Beskickningschefen beskriver den inneboende logiken i denna etikett. Polen har visserligen ”ett stort steg kvar” till EU-nivå, ”lika stort det som steget är åt andra hållet ((till Östeuropa))”, säger hon. Centraleuropa framställs alltså som en mellanstation i färden mot Västerlandet. I det här sammanhanget fungerar skildringen som en kritik mot de svenskar som ännu inte har internaliserat denna tredelade bild av Europa (Väst-, Central- och Östeuropa), och istället håller fast vid den tudelade (Väst- och Östeuropa). Hennes ”spatiala zonindelning” (Zarubavel 1996) sammanfaller inte med deras.

Insprängt i citatet ovan finns också en antydning om en annan bildpolitik, som också kan sägas handla om gränsdragningar. Den intervjuade säger ”det är inte värre kriminalitet här ((i Polen)) än hemma” och tycks därmed ifrågasätta det betraktelsesätt som drastiskt särskiljer Polen från Sverige. Genom repliken relativiserar hon skillnaderna och uttrycker därmed kritik mot de som enbart ser absoluta olikheter snarare än gradskillnader. I sin helhet får citatet ovan karaktären av en strategisk reträtt. Budskapet i denna reträtt är: *för det första* är inte skillnaderna mellan Sverige och Polen så stora, och — om inte detta övertygar—*för det andra* är skillnaderna ännu större mellan Sverige och Ryssland. Det sista ledet underförstår en förklaring: kanske är det skillnaderna gentemot Ryssland som avses när svenskar ser Polen som mycket olik.

3. Polen är inte ett uniformt begrepp

Ytterligare en bild av Polen som underkänns av beskickningschefen är den enhetliga, uniforma. Istället lyfts en bipolär beskrivning fram. Denna bild har en markant om än förvirrande temporal dimension. Den intervjuade talar om ”det nya Polen och det gamla Polen [mm]” och ”där finns ingenting mittemellan [näha, nä], det är oerhört viktigt”. Denna polaritet känner svenska företagare inte till, vilket kan förklara vissa missuppfattningar, menar den intervjuade.

Den intervjuade förknippar ”det gamla Polen” med landsbygd, fattigdom och offentlig sektor, med vidhängande byråkrati och ineffektivitet. Underförstått anses tiden i dessa sammanhang ha stått stilla. ”Det nya Polen” associeras istället med stad, unga människor, näringsliv och den privata sektorn. Här anses tiden vara i fas med Västvärlden.

Denna bipolära beskrivning av Polen återberättas av den intervjuade men praktiseras också, ofta på ett sätt som visar att ”det gamla” anses ligga insprängt i ”det nya”:

Det finns kvar oerhört mycket av gamla tidens Polen i dagens näringsliv [mm].

Detta förhållande gör det extra svårt för svenska företagare, menar beskickningschefen, eftersom det gamla kan framträda *som om* det vore nytt. Även det omvända förhållandet kan bli aktuellt. Att det nya i den intervjuades synvinkel kan dölja aspekter av det gamla framgår när den intervjuade berättar om personalen på sitt kontor:

... varenda en har ju nån fattig släkting som jag vet att dom *försörjer*, med pengar varenda månad [mm, ja]. Och, och andra sidan har dom nån bonde i slakten så dom får lite mat och kött och grejer så där då och då [mm] som tack, va [mm] så att det är ett socialt nätverk, så, va, som är [mm] totalt främmande för oss.

Här består skildringens dramatik av *länken* mellan kontorets kollegor – som tillhör ”det nya” Polen – och ”nån fattig släkting”, ”nån bonde” – som placeras i ”det gamla” Polen. Det ömsesidiga utbytet mellan dessa olika världar beskrivs som ”ett socialt nätverk” som anses ”totalt främmande för oss”.

Vid ett annat tillfälle understryks återigen det egendomliga i förhållandet mellan gammalt och nytt. Den intervjuade förklarar att hon sällan möter polacker från landsbygden:

Ja, man åker där förbi och liksom hästskjutsarna kommer och eh dom gamla tanterna går och sätter potatis från förkläd ner då, va det [mm] är helt otroligt.

Tankefiguren ”det gamla Polen – det nya Polen” rymmer alltså ytterligare en betydelse. Det gamla Polen används inte bara som en etikett för det som anses utvecklat och försenat, det skildras också som lika okänt och otillgängligt som Polen var för svenskar under den kommunistiska tiden, med begränsade och ibland helt avskurna kontakter. Det ”gamla Polen” blir alltså inte bara *polackernas* gamla Polen utan även *svenskarnas*; som om de påstått typiska svenska erfarenheterna ”grått, tråkigt, totalkriminellt” fortfarande stämde. I det presenterade främlingskapet inför denna aspekt av Polen blir det också tydligt att den intervjuade identifierar sig med ”det nya”. Landsbygden är något man som svensk ”åker förbi”. Det ”gamla Polen” hålls fortfarande avskuret.

Just framställningen av ett tudelat Polen uppträder ofta i samband med något man skulle kunna kalla transformationsreflektioner (se not 9). Mönstret i skildringen av Öst- och Centraleuropas omvälvning under de senaste tio åren tycks vara att först understryka den oerhört positiva utvecklingen för att sedan ställa detta i relief till en mindre angenäm förändring (eller brist på förändring) uttryckt i sociala termer. Denna dialektik kan iscensättas snabbt, som när den intervjuade presenterar några av sina reflektioner kring Polens transformation:

Alltså, det som jag snarast slås av det är när, jag är *helt fascinerad*, alltså av dom här fyra och en halv åren jag har fått uppleva här och med dom förändringarna som har skett. Det *är* verkligen, alltså, nu pratar jag om dom större städerna [mm], sen kan vi ju hålla på och prata länge om landsbygden [mm] där absolut *ingenting* har hänt [mm], under dom här åren, va. Och det är liksom som början på nittonhundralet när man kommer dit.

Här avbryter den intervjuade chefen sig själv genom ett kast mellan en förväntad positiv (men ofullbordad) skildring av förändringarna – ”jag är *helt fascinerad*...” – till en skildring av motsatsen, det statiska förhållandet utanför städerna. Vändningen sker mitt i citatet ovan: ”Det *är* verkligen, alltså, nu pratar jag om...” Hela denna framställning ingår alltså i en praktisk bildpolitik under intervjun vars syfte är att motverka en uniform bild av Polen – som helt och hållet positiv, eller helt och hållet negativ. Som motvikt framställs den socialt medvetna skildringen vars huvudregel tycks vara: säg ingenting positivt om Polen utan en negativ motvikt. Idealet är att se det nya i det gamla, och vice versa.

Det exklusivt svenska i dessa reflektioner, eller det exklusivt icke-polska, är också en återkommande tankefigur. I en längre passage berättar den intervjuade återigen om sin fascination över Polens förändring de senaste åren med tillägget att om *hon* tycker det är otroligt måste ju *polackerna* finna det ännu mer otroligt eftersom de har tillgång till den gamla tidens referensram:

Och dom ((hennes polska vänner)) fattar knappt vad jag menar, jag har slutat ta upp det med dom [mm], du vet så där man sitter och spånar 'det här måste ju vara otroligt för er', alltså, för polacken så är dom här fyrtio åren en parentes [mm], det var inte *Polen* [mm]. För Polen är ett jätte viktigt land, det är liksom var en stormakt och man vet att man (är entreprenörer) här är liksom ett land som man aldrig någonsin får jämföra med, nu kom, som dom själva säger, 'nu äntligen kommer vi tillbaka till Europa' [mm, ja]. Så att detta, det är självklart för dom [mm].

För polackerna framställs förändringen alltså som självklar, en normalisering, medan den för svenska betraktare formuleras som en berättelse om en enastående prestation. Kanske kan denna skillnad när det gäller innehållet i bilderna tänkas bero på en skillnad i utgångsföreställning: den polska bilden av Polen anses mer positiv än den svenska, varför förändringen beskrivs som ”självklar” för polacker men ”otrolig” för svenskar. När det gäller formen är dock den presenterade medvetenheten det intressanta. Det otroliga ligger delvis i den svenska blicken, något den intervjuade reflekterar över.

För den intervjuades position måste en sådan kunskap vara viktig, inte minst i det blandade umgänget med svenskar och polacker. En viss transformationsfascination kan i enlighet med hennes beskrivning möta bifall bland svenskar men oförståelse hos polacker.

Ett restaurangbesök och en överraskning

Berättelser som centreras kring en förvåning är inte ovanliga bland svenska besökare i Öst- och Centraleuropa. En nyhet presenteras men inom en kontrollerad ram, som en institutionaliserad överraskning. Berättelserna tar avstamp i ett postulat som explicit eller implicit framställs som retroaktivt absolut – ”vi trodde att...” – och efterföljs av en omkastning av detta postulat – ”men så...”. I den övriga undersökningens intervjuer finns det många exempel på sådana berättelser, något som kan indikera att ett besök i Öst- och Centraleuropa (trots det motsägelsefulla i detta) förväntas innebära något slags överraskning, en överraskning som sedan bör förmedlas.

I intervjun med beskickningschefen modelleras en sådan institutionaliserad överraskning som ett slags ideal bildpunkttering när jag som intervjuare uttrycker en viss tvekan. Skildringen börjar med att den intervjuade berättar om ett restaurangbesök som hon och hennes mamma har gjort i Polen:

1. IP: ...då kom vi att tänka på det *igen*, och hon ((intervjupersonens mamma)) är här då kanske två gånger om året, va och vi sa det att 'detta är *otroligt*', om man tittar på- på hur folk går klädda på restaurang, va, dom är sjutton, alltså *mer moderna här* än om vi hade suttit hemma i ((hemstaden i Sverige)) [mm], på en restaurang [mm]. Och- och när vi, då när vi kom hit till julen '94, gud jag *hatade* det [uhum]. Jag tyckte det var fruktansvärt. Det var så grått och förfärande och folk såg ledsna och deprimerade ut och hemska kläder och det är helt *otroligt*, alltså [[skrattar till]], vad som har hänt.

2. I: Mm. Men, det kan inte vara att du har vant dig, eller hur=

3. IP: =Näe, jag tror inte det, alltså, för du vet jag åker ju hem jätteofta, va. Nä, jag tror faktiskt inte det. Titta på bi=

4. I: =Nä, jag menar inte att (), jag menar bara att ibland så kanske man lär sig [ja, jag vet] upptäcka grejer som man inte såg från början.

5. IP: Ja, nä. Titta på bilparken här [ja], det är bättre bilpark här än vad vi har hemma.

6. I: Mm, jo, *jag* tycker också det men samtidigt så är det ju också lätt att liksom dra för mycket slutsatser av Warszawa [mm], liksom.

7. IP: Jo, för Warszawa, men så *är* det ju också=

8. I: =Om man jämför resten av. Det är liksom den rikaste staden och så där.

9. IP: Ja, om man tar en restaurang ute i bushen så- [ja] så ser dom inte så roliga ut [nä, nä]. Men- men eh Polen är de facto det år som, eller ((rättar sig)) det *land* i Europa där det under '96, '97 och '98 såldes flest antal nya bilar per capita [mm]. Så det är inte konstigt att [nä] det har blivit bättre, alltså.

Kärnan i denna återberättade överraskning, vars institutionella karaktär antyds genom ett betonat "*igen*", är det på samma sätt betonade "*mer moderna här*" (replik 1). Att polacker skulle vara mer moderna än svenskar strider alltså mot den gängse bilden av polacker som den intervjuade utgår ifrån, och detta trots allt övrigt bildpolitiskt arbete hon visat prov på tidigare under intervjun, i många fall inriktat på att avvisa en sådan förenklad bild. Här tjänar den dock som en retoriskt effektiv utgångspunkt. Min tvekan inför överraskningen (2), där jag antyder att upplevelsen skulle kunna förklaras som ett aspektseende (Asplund 1991), åtföljs sedan av presenterade "bevis" i form av många hemresor (3) och den polska bilparken (5). Tanken är förstås att detta ska framstå som objektiva tecken på att förändringen är äkta och inte enbart en perception. Trots att jag nyanserar min tvekan (6 och 7) och återfaller till den intervjuades tudelade bild av Polen för att förklara mig fortsätter den intervjuade att utveckla sina bevis. Till slut (9) framstår moderniseringen av Polen som oavvislig; den intervjuade hänvisar till "antal nya bilar per capita" och understryker med "de facto".

Poängen är inte att tvivla på den framförda historien, inte heller att tvivla på att Polen har förändrats under senare tid, något sådant vore naturligtvis absurt. Poängen är istället att lyfta fram den bildpolitiska tekniken: hur ett retoriskt hot

mot en etablerad bild avvärsjs. Genom en självbiografisk exkurs, där den intervjuade jämför sina nuvarande intryck med intrycken vid ankomsten till Polen fem år tidigare (i slutet av stycke 1 i citatet ovan), legitimeras denna överraskning: en verklig förändring har skett, som gör den intervjuades observation på restaurangen begriplig. Samtidigt är det svårt att förstå själva överraskningsmomentet utifrån denna upplysning. Istället tycks det ofrånkomligt att den intervjuade förväntade sig något annat än det hon mötte, *trots* att hon under flera år iakttagit Polens transformation. Den självbiografiska skildringen av ankomsten tjänar snarast som en ”grå startpunkt” i berättelsen. Det ”grå” fungerar här som en empiriskt bottnad metafor för svenskars negativa associationer till Polen.

I andra intervjuer med svenska anställda och affärsmän som har bott i Polen förefaller detta vara en vanlig berättelsestruktur. Skissartat skulle de intervjuades skildringar kunna beskrivas så här: Polen anses vara ”grått” på förhand, och *är* verkligen ”grått” vid ankomsten. Sedan förändras både perceptionen och Polen. Insikten av dessa förändringar tar man sedan med sig hem som ett privat reportage, att spridas bland bekanta och kollegor.

I jämförelse med andra intervjuer är det också uppenbart att denna ”grå startpunkt” kan placeras vid olika tidpunkter. Det centrala är inte den objektiva tidpunkten (alltså året eller datumet) utan den narrativa kontrasten. För att skildra en överraskning måste ett absolut postulat placeras i den egna livshistorien, ett postulat som sedan faller. Den intervjuade chefen iscensätter alltså kampen mot den ensidigt negativa bilden av Polen, en bild som i hennes biografi verkar mycket lik den hon urskiljer hos övriga svenskar (Polen som ”grått, tråkigt, totalkriminellt”, vistelsen där som om hon blivit ”deporterad”). Detta gör hon alltså genom att förlägga denna föreställning till det förflutna, peka på objektiva förändringar (bilparken) och på det viset så att säga lustmörda sin gamla inställning. Effekten blir en skildring som på ett retoriskt plan bottnar i personliga upplevelser och därför framstår som mycket stabil: se här, Polen är inte som förr.

Utifrån ovanstående citat kan ytterligare en tolkningsmöjlighet belysas: den ambivalenta skildringen av ett Polen som i utvecklingstermer kanske passerar Sverige. Frasen ”*mer moderna här*” i citatet ovan behöver inte innehålla en odelat positiv fascination av Polens transformation, den kan också kopplas till en bekymrad föräning om att vissa delar av Polen kan bli eller redan är mer rika, effektiva och moderna än motsvarande delar av Sverige. De transformationsreflektioner som kan urskiljas i de övriga intervjuerna antyder att en sådan underström finns hos svenskars berättelser från Polen¹³. Spekulativt kan man tänka sig att svenska observatörer anar att den gängse bilden av Polen kan komma att vändas upp och ned. Att krydda sina berättelser med mindre överraskningar (utifrån möten, iakttagelser av bilparken, restaurangbesök, aha-upplevelser etc) är dock förmodligen lättare än att genomföra ”den stora överraskningen”: att beskriva Polen som i huvudsak bättre än Sverige. I diskussionen i slutet av artikeln återkommer jag till denna tänkbara diskursväxling.

Vad bildpolitiseras inte?

Att avbryta laborerandet av bilder för att istället passivt acceptera de etablerade beskrivningarna kan också beskrivas som en strategi hos beskickningschefen. Dels tar hon emot vissa av de bilder jag som intervjuare serverar, dels berättar hon om motsvarande praktik i sitt arbete: bildpolitik genom *frånvaron* av bildpolitik. Begreppet "politik" rymmer ofta en sådan möjlighet till val genom "icke-val". I vardagens konversationer kan *frånvaron* av politiska synvinklar också vara ett uttryck för politik. "Det politiska" kan betraktas som allomfattande, en sfär utan utgångar (Eliasoph 1999).

Ett exempel från den intervjuade kan konkretisera detta: polackers bild av Sverige. De intervjuade förklarar att det som svensk kan vara "pinsamt" att lyssna till polackernas orealistiskt fina beskrivningar av Sverige:

Dom har en överdrivet och en inkorrekt positiv bild av Sverige [uhum] som då varande en *fullständigt* demokratiskt [uhum], jämlikt, det man själv mest av allt vill efterlikna, va.

I intervjun framgår dock att beskickningschefen i sådana sammanhang avbryter sin bildpolitik:

I: Hur gör man då, liksom? Försöker du rätta till såna här grejer då, eller? När du, det är ju inget jätte viktigt i ditt yrke men=

IP: =På *det* hållet, på *det* hållet inte så mycket [nä]. Jag kämpar så mycket jag nånsin kan för att ändra svenskarnas bild av det här landet men eh jag menar, dom ((polackerna)) har ju rätt i allt, det är bara det att, det kan blir lite överdrivet positivt [mm, jovisst].

Vissa nationella bilder kan alltså undandras den bildpolitiska kritiken, vilket därmed gör att andra, alternativa beskrivningar "underkommuniceras" (Hylland Eriksen 1998) det vill säga betraktas som ett slags strategiskt dolda hemligheter. Att Sverige i själva verket inte är "*fullständigt* demokratiskt" och "jämlikt" och därmed inte utgör ett perfekt ideal blir alltså den intervjuades hemlighet i förhållande till vissa polacker. Den intervjuades uttryck "på *det* hållet inte så mycket" antyder att också hon uppfattar sitt bildpolitiska arbete som dubbelriktat. Den udd som är riktad mot polacker är dock avtrubbad; vissa av deras bilder bör bevaras.

Diskussion: Postkommunism eller post-postkommunism i det svenska betraktandet

I min intervju med den svenska beskickningschefen i Polen kan alltså en rad manövreringar urskiljas som jag här har kallat "bildpolitiska". Gemensamt för dessa är att de behandlar bilder av begrepp som "Polen", "Sverige", "polacker" eller "svenskar", och att de antingen återberättas eller utspelas inom interaktionen med mig, en interaktion som låter sig anas via den transkriberade intervjun. Den intervjuade understryker vikten av att förmedla korrekta bilder liksom vikten av att falsifiera felaktiga. De senare handlar om Polen som en fantastisk marknad, Polen som ett grått, tråkigt och kriminellt land och Polen som

en uniform enhet, ett land som inte präglas av den sociala splittringen och banden mellan "det gamla" och "det nya". Att punktera sådana beskrivningar kräver avsevärda ansträngningar, både i förhållande till mig som intervjuare (eftersom jag försiktigt ifrågasätter några av dem) och i förhållande till de uppfattningar den intervjuade säger sig finna hos företagare och gemene man i Sverige.

I inledningen påpekade jag att den så kallade globaliseringens virrvarr av kontakter mellan etniska grupper, och det virrvarr som även utspelas inom individers nationella identitetskonstruktioner, kan öka efterfrågan på trovärdiga beskrivningar av nationella eller etniska enheter. Vari består då det "trovärdiga"? Från en konventionell synvinkel konstrueras trovärdigheten förmodligen genom en föreställd koppling till de egna erfarenheterna. Ett slags föreställd korrespondens med verkligheten avkrävs när bilderna bedöms. Samtidigt ställs förmodligen också ett annat krav: koherens. Bilderna förväntas vara någorlunda inbördes logiska och motsägelsefria, eller åtminstone kopplade till andra föreställningar som i sin tur anses logiska och motsägelsefria.¹⁴

Detta sistnämnda krav antyder att bilderna av Polen skulle framstå som mer trovärdiga om de kopplades till en etablerad struktur. Inledningens definition av bildpolitik talade också om sådana strukturella kopplingar; bilderna antas kommuniceras för att bekräfta, förändra eller falsifiera en viss struktur, som kan vara interaktionell, organisatorisk eller diskursiv. I detta sammanhang utgör intervjun ett slags interaktionell struktur och den intervjuades arbetsplats (och dess plats inom Sveriges utrikesrepresentation i stort) ett slags organisatorisk struktur.

Den intervjuades bildpolitik kan alltså förstås som inbäddad i en interaktion, där jag som intervjuare tilläts en beskärmd möjlighet till ifrågasättande medan den intervjuade förväntas "ha svar" på mina frågor, det vill säga producera bilder. Dessutom är bildpolitiken, inte minst den återberättade, inbäddad i en organisatorisk struktur där företagare i svenskt näringsliv förväntar sig "få svar" på sina frågor om den polska marknaden från olika beskickningar och utsända i Polen. Båda dessa strukturer begränsar laborerandet av bilder. Interaktionen underförstår ett visst uppträdande eftersom den intervjuade framträder som representant för sitt kontor. Organisationen underförstår en nyttoaspekt; bilderna måste kunna användas av till exempel företag.

Till detta kommer en diskursiv struktur som kan sägas utgöra en egen dimension. Här tror jag att den intressantaste kampen utspelas. Den intervjuade brottas på ett begreppsligt och språkligt plan med bilder som förefaller höra hemma i olika "diskursiva riken" (Chase 1995)¹⁵. Kampen kan sägas utspela sig mellan två diskursuppsättningar som erbjuder olika sätt att berätta om Polen och övriga Centraleuropa: ett postkommunistiskt och ett "post-postkommunistiskt".

Inom den första diskursen är och förblir Polen ett land som måste beskrivas postkommunistiskt, det vill säga med ständiga uttalade eller outtalade referenser till den kommunistiska tiden. Detta sätt att skildra landet präglas av särskiljande; en svensk erfarenhet från Polen bör inramas och förstås i termer av ett besök i ett område som präglas av ett speciellt nationellt förflutet. Av den

intervjuade chefens bildpolitiska ansträngningar att döma tycks denna diskurs vara dominerande, den kan beskrivas som ”stadig” (Chase 1995).

Inom den andra diskursen, i brist på bättre kallat post-post-kommunistiskt (jfr Sampson 1998), är Polen ett europeiskt land som vilket som helst, *trots* sitt kommunistiska förflutna. Denna diskurs präglas alltså av normalisering. Händelser och minnen från Polen kan inom denna diskurs beskrivas på ungefär samma sätt som andra utlandsminnen beskrivs, utan nödvändiga referenser till den kommunistiska tiden. Här finns med andra ord möjligheter att tillskriva Polen en bredare uppsättning betydelser än den post-kommunistiska diskursen tillåter¹⁶, gentemot vilken den ofta står i öppen motsättning. Denna diskurs är förmodligen inte särskilt utbredd, och tycks utifrån den intervjuades skildringar vara svag eller ”ostadig”; kanske kan den betecknas som underordnad.

I spänningen mellan dessa två betraktelse- och berättelsesätt utspelar sig den intervjuades bildpolitik. Den syftar ibland till att falsifiera sådana beskrivningar som stödjer den första diskursen och istället bekräfta beskrivningar som utgör kärnan i den andra, ibland vice versa. De ovan beskrivna punkteringarna av vissa bilder utgör försök att falsifiera den postkommunistiska diskursen: bilder av Polen som en fantastisk marknad (öppen för marknadsekonomi efter lång tid av planekonomi), som grått, tråkigt och kriminellt (en effekt av dåtidens varubrist och 90-talets normupplösning), samt bilder av Polen som enhetligt eller uniformt (en effekt av den gamla, bipolära världsbilden där de maktpolitiska blocken beskrevs som i princip internt homogena). Som kulturell översättare mellan Sverige och Polen strävar alltså den intervjuade beskickningschefen efter att omvandla svenskars uppfattning av Polen i takt med att Polen, i hennes ögon, omvandlas.

Samtidigt kan inte den intervjuades diskursiva växling sägas vara fullständig. Hon vacklar mellan att försvara den ostadiga diskursen om Öst- och Centraleuropa och att ändå använda den stadiga. Den sekvens jag ovan kallade en institutionaliserad överraskning är ett exempel på detta. Den intervjuade utgår från en ”grå startpunkt” i sin skildring av en överraskande iakttagelse, något som antyder att den postkommunistiska diskursen behövs. Här används den till och med som bakgrund till förståelsen av små tecken på dess svagheter – aspekter som uppfattas som mer moderna än Sverige – utan att man därmed fullständigt pendlar över till det post-postkommunistiska berättandet – där Polen *skulle kunna* beskrivas som i huvudsak modernare än Sverige. Det sistnämnda skulle motsvara den ”stora överraskningen” jag talade om ovan (s 109); att den underordnade diskursen plötsligt kom att bli överordnad. Polen skulle till exempel kunna skildras på ungefär samma sätt som andra relativt unga demokratier som Spanien eller Portugal; inom nationella ramar men utan, eller i opposition till, postkommunism.

Ett annat exempel är bilden av det tudelade Polen, som utgör ett sätt att förbinda de båda diskurserna med hjälp av bilder som beskriver kopplingar eller brist på kopplingar mellan ”det gamla” och ”det nya” Polen. Att dessa kopplingar trots försöken får en ganska dunkel karaktär kan ses som en effekt av att det är svårt att beskriva Polen inom båda diskurserna samtidigt. De utesluter delvis varandra.

Meningen med att tolka intervjuens bildpolitik inom ramen för en diskursiv struktur är inte att frånta det interaktiva spelet dess dynamik och oförutsägbarhet. Det finns en rörelsefrihet för den intervjuade som inte fullt ut betingas av de tentativa diskurser jag här skisserar. Meningen är istället att peka på starka underströmmar i den intervjuades bildpolitik, liksom svenskars sätt att i allmänhet reflektera över och laborera med bilder av Polen och övriga Öst- och Centraleuropa.

På ett stoppolitiskt plan förhandlar Polen om EU-medlemskap. På ett diskursivt plan tycks en motsvarande "förhandling" äga rum; ett försök att genom bildpolitiska ansträngningar från olika håll introducera ett nytt, ännu underordnat, sätt att berätta om och betrakta länder som Polen. I vissa yrken där kulturella översättningar ingår blir denna diskursiva förhandling ett konkret och utmärkande drag. Den intervjuade beskickningschefen är ett exempel på ett sådant yrke. Vidare studier skulle kunna fokusera andra yrken eller grupper där motsvarande aktivitet äger rum. Inte minst de konsulter som vissa multinationella företag anlitar för att hantera kulturella skillnader skulle kunna bli föremål för vidare undersökningar.

Studien pekar också på att tolkningen av de nyansrika laboreringarna med nationella eller etniska bilder kräver närläsning av det empiriska materialet om förenklingar ska kunna undvikas. På det viset kan kvalitativa studier bidra med komplexa beskrivningar av nationella uppfattningar, istället för att en gång för alla slå fast vilka nationella bilder som anses dominerande, att så att säga stereotypisera stereotyperna.

Noter

1. Beck (1998) talar om "biografiernas globalisering" och uppkomsten av "transnationella livsvärldar", som inte kan identifieras som mellanstatliga fenomen. De innebär nya tillhörigheter på tvärs mot nationella enheter. "Transnationell samlevnad innebär social närhet trots geografiska avstånd, eller socialt avstånd trots geografisk närhet" skriver Beck (s 137).
2. Hylland Eriksen (1998) påpekar att sociologin och socialantropologin länge förutspådde att etniska skillnader skulle suddas ut i det moderna samhället. Med tiden har snarast motsatsen inträffat. Även om interetniska kontakter skapar faktisk likhet tycks de ändå sammanfalla med fler och starkare markeringar om etnisk olikhet, menar Hylland Eriksen. Produktionen av nationella bilder kan alltså väntas öka i och med globaliseringen.
3. Denna undersökning genomförs inom projektet "Svenskar i Centraleuropa" och stöds av *Centrum för Europaforskning* i Lund.

4. Diplomater, affärsmän och utrikeskorrespondenter kan förmodligen räknas till de som traditionellt sett har sysslat med det jag kallar nationell bildpolitik. I ett mångkulturellt samhälle blir det dock frågan om en aspekt av ett oräkneligt antal människors handlingar snarare än särskilda yrkesgrupper.

5. Termen "beskickningsenhet" används som ett samlingsnamn på alla de typer av kontor, avdelningar och projekt som ryms inom Sveriges utrikesrepresentation i vid mening. En närmare specificering skulle inte garantera den intervjuades anonymitet.

6. Kontakterna sker inte bara i form av handel utan också i form av turism, akademiska utbyten och inom arbetsmarknaden. Enligt den svenska ambassaden i Warszawa finns idag omkring 800 svenska företag i Polen. Enligt Närings- och Teknikutvecklingsverket NUTEK har den senaste tidens kraftigaste expansion av utlandsanställda i svenska industri- och tjänstekoncerner skett i Öst- och Centraleuropa. År 1997 hade svenskägda koncerner omkring 46 800 anställ-

da i detta område, varav drygt 11 000 i Polen. Hur stor andel av de anställda som är svenskar framgår inte av NUTEKS statistik. Se "Svensk-ägda företag med verksamhet i utlandet 1997" och "Anställda i utlandet i svenska industri- och tjänstekoncerner 1990-1995".

7. Regeringen utlyste 1999 till "Polenåret" för att synliggöra och utveckla svensk-polska relationer på flera områden – politiska, kommersiella och kulturella. På nio platser i Polen har "Sverigedagar" arrangerats (textmaterial finns på UD:s hemsida). Ett annat exempel är tidningen "Partner från Polen", ett magasin för lanseeringen av det polska näringslivet i Sverige som ges ut av tidningen "Rynki Zagraniczne". Nummer 10/1999 hade rubriken "Polen på modet".

8. I citaten används en förenklad uppsättning transkriberingstecken. Tomma, enkla parenteser () markerar ett avsnitt som inte skrivits ned på grund av ohörbarhet. Inom enkla parenteser () skrivs också det som hörs otydligt på bandet. Inom dubbla parenteser (()) har jag lagt till det som är underförstått, eller som har sagts tidigare, samt vissa förklarande kommentarer. Inom enkla hakparenteser [] återfinns mina stödcommentarer. Dubbla hakparenteser [()] används för att markera skrott och andra icke-verbala signaler. Likhetsstecken = står mellan ordväxlingar som tar vid efter varandra utan paus. När något betonas markeras det med *kursiv* stil. Några nyanser i samtalet, som vissa upprepningar, har här strukits för att underlätta läsningen.

9. Denna anmärkning hänger samman med en längre reflektion kring den nya kapitalismen i Polen. Utifrån andra intervjuer med svenska anställda som jobbar i Öst- och Centraleuropa tycks sådana funderingar vara vanliga. Som svensk fascinerar man av omvandlingen från planekonomin till marknadsekonomi, något som föranleder skildringar av kapitalismens dramatik; nya fördelningsprinciper introduceras, några blir rika, andra fattiga. Fascinationen kan ibland förvandla betraktaren till en amatör-sociolog som tycker sig se ett experiment vars egentliga innehåll inte handlar om östra Europa utan om samhällets principer i allmänhet, implementerade i ett "nytt" område på ett snabbt och koncentrerat sätt. Tentativt skulle man kunna kalla dessa funderingar för transformationsreflektioner. De bär släktskap med det Beck (1998) kallar en "kosmopolitisk blick" eftersom

funderingarna lösgör sig från den nationella ramen och plockar in erfarenheter från andra länder.

10. Personen ifråga ville inte ställa upp på en sociologisk intervju. Citaten bygger inte på en inspelning utan på anteckningar.

11. Denna anmärkning är en reaktion på en tidigare fråga, där jag beskrev hur svenska medier ofta beskriver Polen som en växande marknad.

12. I Sverige har denna policy bland annat visats upp under en "Centraleuropeisk konferens" i Malmö den 10/5 1999, där bland andra ambassadörer från Polen, Tjeckien och Ungern medverkade.

13. Detta kan framgå genom skildringar av den polska elitens köpkraft, mängden lyxbutiker och lyxrestauranger i de polska storstäderna eller genom explicita eller implicita påpekanden om att Polen till sin befolkning är mer än fyra gånger så stort som Sverige, och därför snart mäktigare.

14. Korrespondens- och koherenskraven på sanning återfinns inom teoretisk filosofi men har här överförs till ett kunskapssociologiskt resonemang.

15. Chase (1995) skildrar genom samtal med kvinnliga skolledare en spänning mellan två diskurser som refererar till olika diskursiva riken. Den ena diskursen är centrerad kring individualism och anses tagen för given. Inom denna talar man om sin professionella karriär. Den andra diskursen centreras kring ojämlikhet, och är mindre självklar. Den är istället explicit ideologisk och präglas av självmedvetet tal; inom denna berättar man om erfarenheter av diskriminering. De diskurser jag här skisserar bär på motsvarande kännetecken; den ena är stadig och "självklar", den andra instabil och ideologisk.

16. Därmed inte sagt att denna diskurs inte rymmer förenklande stereotyper.

Litteraturförteckning:

Alsmark, G, (red) 1997. *Skjorta eller själ? Kulturella identiteter i tid och rum*. Lund: Studentlitteratur.

"Anställda i utlandet i svenska industri- och tjänstekoncerner 1990-1995". Närings- och

- Teknikutvecklingsverket och Statistiska Centralbyrån, 1996.
- Asplund, J, 1991. *Essä om Gemeinschaft och Gesellschaft*. Göteborg: Bokförlaget Korpen
- Atkinson, P, 1992. "The Ethnography of a Medical Setting: Reading, Writing, and Rhetoric". *Qualitative Health Research*, Vol. 2, No. 4.
- Baruch, G, 1981. "Moral tales: parents' stories of encounters with the health professions". *Sociology of Health and Illness*. Vol. 3 No. 3.
- Bauman, Z, 1998. *Globalization. The Human Consequences*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U, 1998. *Vad är globalisering? Missuppfattningar och möjliga politiska svar*. Uddevalla: Daidalos.
- Benford, R, D, & Scott, A, H, 1992. "Dramaturgy and Social Movements: The Social Construction and Communication of Power". *Sociological Inquiry*, Vol. 62, No. 1.
- Blumer, H, 1986. *Symbolic Interactionism, Perspective and Method*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Chase, S, E, 1995. *Ambiguous Empowerment. The Work Narratives of Women School Superintendents*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Dingwall, R, 1977. "'Atrocity Stories' and Professional Relationships". *Sociology of Work and Occupations*, Vol. 4, No. 4.
- Eliasoph, N, 1999. *Avoiding Politics. How Americans produce apathy in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gerner, K, 1997 *Centraleuropas historia*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Gerner, K, 1992. *Centraleuropas återkomst*. Stockholm: Norstedts juridik.
- Gubrium, J, F, & Holstein, J, A, 1997. *The New Language of Qualitative Method*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Goffman, E, 1991. *Jaget och maskerna. En studie i vardagslivets dramatik*. Simrishamn: Rabén & Sjögren.
- Holstein, J, A, & Gubrium, J, F, 1997. "Active Interviewing". *Qualitative Research. Theory, Method and Practice*, edited by Silverman, D. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Hylland Eriksen, T, 1998. *Etnicitet och nationalism*. Falun: Nya Doxa.
- Martin, H-P, & Schumann, H, 1997. *Globaliseringsfällan. Angreppet på demokrati och välfärd*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Sampson, S, 1998. "Exporting Democracy, Preventing Mafia – The Rebirth of 'Eastern Europe' in the Era of Post-Post-Communism". *Collective Identities in an Era of Transformations. Analysing developments in East and Central Europe and the former Soviet Union*. Karlsson, K-G, Petersson, B & Törnquist-Plewa, B, (Eds). Lund: Lund University Press.
- Scott, H, A, & Benford, R, D, 1994. "Identity talk in the peace and justice movement". *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 22, Issue 4, p 488.
- Silverman, D, 1997. *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- "Svenskägda företag med verksamhet i utlandet 1997" Närings- och Teknikutvecklingsverket och Statistiska Centralbyrån, 1997.
- Zarubavel, E, 1996. "Lumping and Splitting: Notes on Social Classification". *Sociological Forum*, Vol. 11, No. 3.