

Rummet som idéproducent – vad har varuhus och bibliotek gemensamt?

av Daniel Koch

Daniel Koch är arkitekt och har skrivit en licentiatavhandling om hur bibliotek producerar kunskapsidéer genom hur de ordnar rum, föremål och människor - tankar som utvecklas i en doktorsavhandling som vände fokus till liknande processer i varuhus. Han ledde ett uppskattat seminarium, arrangerat av SFIS Väst, vid årets Bok & Bibliotek i Göteborg. Numera jobbar han som arkitekt i det nystartade företaget Patchwork Architecture Laboratory, parallellt med uppdrag som lärare, forskare och skribent.



This passage quotes a 'certain Chinese encyclopedia' in which it is written that animals are divided into (a) belonging to the emperor, (b) embalmed, (c) tame, (d) suckling pigs, (e) sirens, (f) fabulous, (g) stray dogs, (h) included in the present categorisation, (i) frenzied, (j) innumerable, (k) drawn with a very fine camelhair brush, (l) et cetera, (m) having just broken the waterpitcher, (n) that from a long way off look like flies'.

Citatet ovan är hämtat ur Michel Foucaults *The Order of Things*,¹ och är ett jag brukar använda för att inleda föreläsningar om bibliotek som arkitektur. Syftet är enkelt: att kort och koncist påvisa att våra invanda, tänkta ordningar inte är så självklara som de kan tyckas. Precis som vi reflexmässigt, om vi skulle få frågan, ordnar djur i första hand efter fortplantningsmetod, var det troligen just för att den här sorteringen var ganska självklar för de kineser som levde där och då som den hamnat i en encyklopedi (även om man inte ska ta det för självklart). Det framstår också som främmande eftersom det västerländska sättet att (i

teorin) kategorisera saker är baserat på systematiskt utvalda kriterier.²

Den egna bokhyllan

Om vi istället tittar på vår egen praktik, och praktiken som ett sätt att systematisera världen, kan vi för enkelhetens skull börja med något som nog de flesta känner till; den egna bokhyllan. Alla som har flyttat är nog medvetna om att när man väl sorterar tillbaka böckerna i bokhyllan på det nya stället så står de inte längre likadant. Kanske är de helt omsorterade. Nya grupperingar dyker upp, gamla försvinner, slås ihop, delas, eller får ingå i större grupperingar.³ Likadant kan hända när vi köpt ett antal nya böcker – böckerna vi har tillåter oss att skapa kategorier vi inte kunde tidigare. Kanske har vi nu fem böcker i konstteori och kan låta dem bilda en egen liten grupp istället för att stå insorterade bland annan teori, eller liknande. Eller så får en kategori vi tidigare använde inte längre plats, och vi tvingas välja ett sätt att dela upp den i nya.

Tittar vi återigen närmare på de här kategorierna vi bygger upp, det sätt som vi ordnar

litteraturen i vår bokhylla, så visar det sig att det bara i vissa delar och ofta ganska vagt byggs på det system av kunskap som vi lärt oss i skolan, och som vi tar för givet i många sammanhang. 'Naturvetenskap' eller 'biologi' kanske har fått träda tillbaka till förmån för 'stora böcker', 'böcker med snygga ryggar' eller 'coffee-table books' (som blivit en allt viktigare försäljningskategori). Romaner är uppdelade i 'klassiker', 'deckare' och 'annat', kanske – men redan före det har vi skiljt pocketböcker från inbundna böcker. En del böcker står bakom de andra, andra får stå i bästa ögonhöjd från soffan, och vissa får kanske inte ens vara med i bokhyllan utan hamnar i en låda på vinden.

Samtidigt som det här bildar individuella system i varje hem, med vissa olikheter och likheter, så är väl också de flesta medvetna om att det går ganska fort att lära sig hitta i andras bokhyllor. De *principer* de är uppbyggda efter går på något sätt snabbt att läsa av, även om de är helt andra än de vi själva använder oss av. Det vill säga, bokhyllan *kommunicerar* effektivt den systematisering som är gjord, även om den är undermedveten eller spontant framtagen när böckerna packades upp ur flyttlådorna.

Det här ringar ganska effektivt in det resonemang jag tänker utveckla i det följande. Genom att ordna, sortera eller systematisera föremål i rummet skapar vi både en idé om hur saker hänger ihop för oss själva och kommunicerar våra ställningstaganden – det vill säga våra värderingar och vår identitet – med andra. Är vi deckar- eller klassikerläsare? Foto- eller naturälskare? Eller är de uppdelningarna inte viktiga för oss? Är det bokhyllan, TV:n eller andra sittplatser som får bästa exponering mot vardagsrumssoffan? I en miljö där flera deltar i att bestämma det här ordnandet så handlar det dessutom om någon slags kollektiv förhandlingsprocess om vad som är viktigt, och på vilket sätt saker ska vara indelade. I det

offentliga rummet, slutligen, blir det här en slags ständigt pågående ombeskrivning av vilket samhälle vi lever i.⁴ Jag tänker föra resonemanget på en övergripande nivå, där det viktiga just här är att teckna bilden av hela tanke-modellen snarare än att djuploda i delar av det – det har jag gjort på andra ställen och ämnar fortsätta med framöver.⁵ Det finns orsaker till att inleda ett sådant resonemang med en diskussion om tre typer av byggnader ur just det perspektivet, och göra det med en kort historisk tillbakablick.

Att beskriva världen

Under den senare hälften av artonhundratalet hände något i samhället, till viss del kopplat till massproduktionen men kanske framförallt till de sociala förändringar som skedde i samband med detta och den 'höjda levnadsstandard' som uppstod för många.⁶ Till detta hör att sådant som litteratur, läsning, konst, och kunskap alltmer blev allmängods; fler kunde läsa, fler intresserade sig för konst, fler började nå längre i sin utbildning. Som ett svar på detta uppstår tre typer av byggnader ungefär samtidigt: offentliga museer, bibliotek, och varuhus. De två första ofta med det uttalade syftet att utbilda allmänheten, emedan alla tre tog en sådan roll på sitt sätt. De var också på en basal nivå utformade för att visa hur saker och ting såg ut: de historiska museerna var utformade som rum i fil, biblioteken och konstmuseerna allt vanligare som trädstrukturer, och varuhusen till viss grad mer öppna för cirkulation. Inom dessa ordnades sedan föremål in för att stödja denna beskrivning: i det historiska museet grupperades föremål efter tidsperiod i kronologisk ordning så att det blev tydligt hur utvecklingen gått till, och i biblioteken efter det kunskapsträd av ständigt fördjupade och finfördelade kunskapsgrenar som kunskapen sågs bestå av (och som katalogsystem för bibliotek också brukar ordnas efter); en gren för humaniora, en för naturvetenskap, en för

samhällsvetenskap, och så vidare. På samma sätt skiljdes fina kläder från billiga, strumpbyxor från klänningar och mattor från kläder. Det som var till för alla kunde läggas lättillgängligt, medan vissa saker fick läggas djupare in där det var lättare att se till att bara rätt personer kom åt dem.⁷

Vad vi kan se i den här sorteringen är tre grundläggande typer av rumslig kategorisering – vi kan kalla dem för systembeskrivning, kategorisering, och karaktärisering. De tenderar att falla in i varandra i många fall, men är ändå viktiga att förstå i sig. En trädbeskrivning, såsom till exempel Asplunds stadsbibliotek, beskriver en grundläggande syn på hur kunskap är ordnad som skiljer sig från nätverkets eller seriens beskrivning.⁸ Sedan kan kategorierna i sig vara samma eller olika i olika system. Det här är också något av det viktigaste i de här byggnadernas utformning; det var helt enkelt viktigt att beskriva historien som linjär, kronologisk, och enhetlig, vartefter följde en mängd andra tolkningar och beskrivningsmodeller.

Man kan också säga att det finns två mekanismer i den här sorteringsprocessen: behoven av att gruppera och särskilja. Det som inte hör ihop bör ligga långt ifrån varandra, och det som hör ihop bör ligga nära varandra. Skillnader som går att göra starkare eller svagare i olika typer av rumsstruktur.⁹

Struktur och Kategori: att beskriva systemet

Som en utgångspunkt för att förstå detta kan man vända sig till två samtidigt motsatta och överrensstämmande teorier: Jean Baudrillards diskussion om *atmosfär* och Hillier och Hansons diskussion om *rumskonfiguration*. De syftar till att svara på den här typen av frågeställning, hävdar jag, på olika skalnivå och från olika synsätt: Hillier & Hanson är mer intresserade av hur rummet, arkitekturen, skapar förutsättningar genom hur rummen

är ordnade 'i sig',¹⁰ medan Baudrillard snarare diskuterar hur föremålen påverkas av sina relativa positioner i rummet.¹¹ Man kan beskriva det som en förståelse för distributionen *av* rummet, och distributionen *i* rummet. Om vi jämför med resonemanget ovan så handlar det förstnämnda då mer om att beskriva *strukturen i sig*, medan det sistnämnda handlar om att förklara *kategoriseringar och positioneringar i strukturen*.¹² De två faller ibland in i varandra då föremål ibland får rollen att avgränsa och bestämma rum, men låt oss inte fastna i den diskussionen utan koncentrera oss på det övergripande resonemanget.

Om vi då till att börja med vänder oss till distributionen *av* rummet, så kan vi förstå det som ett sätt att fördela potentialer och relationer på ett sätt som beskriver det som sedan inhyses i systemet. En vanlig figur som används är den med tre till synes likartade planer, nio kvadrater i en stor, som när man studerar hur de förbinder rummen med varandra och ordnar dem i förhållande till entrén framstår som radikalt olika och lämpliga för att hysa helt olika verksamheter. Kanske är endast en av dem, till exempel, lämplig som lägenhetslösning, medan åtminstone två förekommer som principiella lösningar för bibliotek.

Det här skapar förutsättningar såsom omfång, relation, antal kategorier, tillgänglighet, avstånd, djup, och så vidare inom det som sedan skall inhysas, precis som en bokhylla är utformad så att den tillåter en viss mängd böcker per hylla, att det bara skall vara en rad böcker på djupet, och så vidare. I de här systemen skall sedan föremål, aktiviteter, funktioner, och annat placeras in, för vilket uppfattningar om tillhörigheter ofta blir avgörande.

Baudrillard contra Hillier & Hanson

Baudrillard, å sin sida, fokuserar mer på föremålets förhållande till varandra – från många perspektiv *inom* de rum som Hillier & Hanson analyserar relationerna *mellan*, och förkla-

rar ingående hur till exempel arrangemanget av sittplatser i ett rum inte enbart är en praktisk syssla utan beskriver *vilken typ av social aktivitet som skall försiggå där*. Han menar vidare att något som hänt i den borgerliga livsstilen efter massproduktionens införande är att sittplatser har börjat handla om det avslappnade samtalet: bekväma möbler som passar bäst att sitta lätt tillbakalutad i och som beskriver mer eller mindre en cirkel av människor runt ett vardagsrumsbord som är för lågt för i stort sett alla typer av arbete.¹³ Tillsammans med övriga saker sorterade i dessa rum så kategoriserar och kategoriseras alltihop som saker som har med umgänge och avslappning att göra. Därmed får inte längre arbetsplatser eller köksredskap plats.¹⁴

Ur det här perspektivet blir det tydligt hur bibliotek, varuhus och museer arbetar för att skapa kategorier. Herrmode, dammode, böcker, och så vidare fördelas så att de får vara *i olika rum*. Herrkläder hör ihop och är åtskilda från damkläder, till exempel.¹⁵ Däremot motsvarar de här i praktiken utarbetade kategorierna inte alltid de teoretiska, eller de som finns i informationsblad eller på skyltar. Ett tydligt exempel är sminkavdelningarna i de flesta varuhus, som kanske mot förmodan så gott som alltid är uppdelade i flera rum (mer eller mindre tydligt avgränsade), där de olika delarna sedan kan vara tydligare förbundna med andra varukategorier snarare än med varandra. I Åhlens City i Stockholm var det till exempel tydligt hur det billigare sminket var tydligt avgränsat från de trendigare märkena och framförallt hur de mest exklusiva märkena var totalt avskilda från de billigaste. De sistnämnda låg istället tillsammans med dyra klockor, solglasögon, och smycken. Kategoriseringarna *lyx*, *exklusivitet*, och *utsmyckning* hade fått förtur framför *smink*. På liknande vis går det att fortsätta, och istället för 'märken' hittar vi en viktigare sorteringsgrund som kanske skulle kunna kallas för 'livsstil' men

snarare handlar om social position, eller i modetallet *position i modesystemet*. Trend låg tillsammans, exklusivitet tillsammans, street skiljt från traditionellt, och så vidare. Den här sorteringsgrunden har konsekvent funnits i samtliga varuhus jag studerat, i olika grad men ändå tydligt.¹⁶

Samtidigt visar det sig att sammanställningen av kategorier – antingen de som beskrivs av och i rummet eller de som beskrivs av informationstavlor – är betydligt mindre entydig i sin ordning eller självklar än vi lätt får för oss att tro om vi försöker förstå dem som ett system. Hur hör 'lättläst', 'facktidskrifter', 'facklitteratur' och 'referensböcker' ihop eller isär, och på vilka grunder? I Malmö Stadsbibliotek fanns, när jag var där, tretton rumsliga kategorier av media ordnade efter tämligen disparata sorteringsgrunder.¹⁷

Foucaults kategoriserande operationer

Ändå har vi inte några större problem att hitta. Vare sig i varuhuset, biblioteken eller, som nämnts tidigare, i kompisens bokhylla.¹⁸ Är det då rimligt att tänka sig att det är alla dessa kategorier som kommuniceras snabbt och lätt? Jag tror inte att det är så man bör resonera – då fastnar man lätt i den fälla mycket shoppinglitteratur har gjort, det vill säga 'det är bara märken'. Man märker dessutom att man snabbt får en stor uppsättning kategorier som till synes kan vara helt skilda från varandra i sin särskiljningsgrund och också ofta överlappar varandra. Här kan vi hitta ytterligare en nyckel för förståelse, som också ligger närmare hur vi hanterar sorterandet i praktiken: inte färdiga kategorier i första hand utan sorteringsprinciper. Det som Foucault kallar 'kategoriserande operationer'.¹⁹ Det vill säga, vi brukar sällan rita upp en karta av logiska kategorier när vi ordnar vår bokhylla, utan vi börjar med att sortera utifrån ett kriterium, sedan nästa, och sedan nästa. Ibland skiftar vi ordning på kriterierna, särskilt i steg två, tre,

eller fyra efter den första indelningen. Oftast beror våra val av kriterier på vilket material vi har att sortera, och var vi börjar kan få avgörande betydelse för slutresultatet.

Ur det perspektivet blir det oftast tydligare hur ordnandet gått till, och på den här nivån blir också prioriteringar och värderingar i sorteringen tydligare. Det som först ser ut som 'bara efter märken' visar sig vara en kedja som löper från att särskilja kläder från övriga varor, via *kön, målgrupp, livsstil* och *status* till slut landar i grupperingar som *ofta men långt ifrån alltid* är märken. Det är inte ens så, att de märkessorteringar som finns är slutgiltiga – samma vara kan finnas i ett flertal kategorier varav vissa är märke och andra inte. De olika operationerna kan också skifta position i kedjan eller återkomma flera gånger, såsom att saker är först sorterade mellan kläder och annat, sedan mellan herr och dam, sedan mellan underkläder, jackor, och övriga kläder, sedan inom 'övriga kläder' efter märke, vartefter dessa är ordnade mellan jackor och övriga kläder i ett fall, emedan det i ett annat fall, i samma varuhus, är indelat först efter märke, sedan typ, och i ett tredje först någon slags sub-typ, och sedan märke (med samma märken förekommande inom båda sub-typerna).

De här operationerna är samtidigt gömda och starka i sin kommunikativa roll. Vi ser att män och kvinnor är helt olika när det gäller kläder, vi lär oss det genom att vi ständigt ställs inför att de är separerade. På samma sätt lär vi oss, får vi det berättat för oss, att exklusiva kostymer skiljer sig från street-mode, eftersom de så tydligt är skilda från varandra. Om vi därtill lägger hur lätta de är att komma åt, vilken insats som krävs för att hitta dem, hur många som är och får vara i den miljö som vi finner dem i, och till vilken grad vi blir uppvaktade av hjälpsam personal när vi är där, finner vi en stark och tydlig *kommunikation* om vad det är vi rör oss bland. Samtidigt räcker inte en förståelse för rumsligt kategoriserande

oss att förstå helheten och utelämnar en hel del av den information som finns i den rumsliga praktiken.²⁰

Kategori och Karaktär

Om vi då tänker oss att vi behandlat hur gruppering och åtskillnad av objekt beskriver vilka kategorier de tillhör (om så 'facklitteratur' eller 'fest' eller 'musik'), är det på sin plats att närmare studera hur saker bestämmer vad de här kategorierna är. Jag tänker här kort gå igenom två typer av bestämning som görs: hur fördelningen av föremål som komposition beskriver värde och karaktär och hur föremål beskriver och beskrivs av sin omgivning.

Låt oss börja med ett av de tydligaste och mest etablerade sätt som vi presenterar värderingar på i den här processen: i vår komposition av föremål i rummet kan vi beskriva ett föremåls status tydligt genom hur mycket plats det får ta. Jämför bara den plats varje konstverk får i ett museum, eller i hemmet, med den plats som masstidskrifter får i en kiosk, eller högstatusmode med secondhandbutikens tätt packade galgar.²¹ Vissa saker är värda mer plats än andra. Det som sägs i och med detta går att förstå som statusanspråk: som utrymme per föremål som ren representation av kulturellt eller socialt värde (något får ta plats och synas som ett föremål i sig medan annat packas ihop med andra) men också som uttryck för ekonomiska värden (såsom att vissa kläder är *värda* att kosta mycket hyra per plagg, och mycket personal som ständigt måste snygga till hur kläderna ligger eller hänger).²²

Estetiken för högstatusvaror

Det här blir kanske som mest tydligt och konsekvent i modevärlden, där det nästan ofrånkomligen är så att estetiken för högstatusvaror idag bygger formmedvetenhet och spatiösa interiörer, medan de som hittas längre ned på modestegen packas tätt, i stora högar eller

trånga hängare.²³ Det gäller även inom varuhus, såsom skillnaden mellan t.ex. Filippa K och Åhlens eget märke i Åhlens City (se bild 1). Det har visat sig, hävdar till exempel Miller et al, att det här har mindre med pris att göra än man kunde förvänta sig, och mer med uppfattad eller önskad karaktär hos varan.²⁴ Även om deras beskrivning framförallt handlar om hur butiker positionerar sig *mellan* varandra, så sker samma typ av värdering *inom* butiker.²⁵

Om vi då rör oss vidare till frågan om hur föremål och omgivning beskriver varandra så har det väl framgått tydligt att om argumentet är att saker beskriver varandra, så måste beskrivningen ligga i *samspelet* snarare än i hur någon särskild sak eller kontext beskriver någonting annat. Det här är också Baudrillards poäng, som han driver nästan in absurdum. Samtidigt är det svårt att förneka att det finns etablerade tolkningar och andra förutsättning-

ar som inverkar. Vi kan därför utöver Baudrillard vända oss till konstatteorin för att finna två användbara uttryck: Miwon Kwon's begrepp *integration* och *intervention*.²⁶ De två strategierna beskriver förhållningssätt till det sammanhang ett (publikt) konstverk skall uppföras i. I det första fallet, *integration*, handlar det om att försöka identifiera och förstärka platsens och omgivningens befintliga identitet, medan *intervention* handlar om att förändra densamma. De är giltiga som begrepp för en diskussion i allmänhet om hur rum och föremål, eller ny- och ombyggnad går till. I det första fallet kan man tänka sig att ett sovrum's privata vilokaraktär kan förstärkas genom tillägg av mjukare gardiner, levande ljus och sittmöbler och i det senare kan det handla om att till exempel lyfta in en bokhylla eller en cdhylla påtagligt i ett rum som alltför mycket börjat handla om tv-tittande eller något liknande. Interventionsstrategier är också vanligt



Märket Filippa K (här på Åhléns City i Stockholm) ger mycket utrymme åt sina varor. Varje hög innehåller endast ett fåtal plagg, vilket markerar hög status.

förekommande i stadsplanering för att 'lyfta' områden, som att bygga kulturbyggnader eller radhus i nedgångna miljonprogramsområden.

Ett tydligt exempel på integrationsstrategi är hur Åhlens City använde sig av sittgrupper för att beskriva herrmode: i streetmodegrenen förde man in cd-skivor, topplistepocketar och en storbilds-tv som visade MTV för att betona den ungdomliga urbana kulturen (se bild 2), medan det i kostymklängan fördes in mer traditionella läsfåtöljer med bekväm utformning och mörkt trä i mycket av detaljerna.²⁷ Vi kan se hur vissa saker inte har så mycket 'funktion' ens i en kommersiell miljö utom att beskriva karaktären på sin omgivning. Samtidigt är ju det här något som händer i samspelet mellan *samtliga* föremål. Det är samspelet mellan smycken, solglasögon, klockor, och lyxiga kosmetikmärken som beskriver *varandra* som varandres lyxiga. Omvänt har konstvärlden länge arbetat med att vrida och vända på förståelsen av saker (och i förlängningen samhället) ge-

nom att placera dem i oväntade sammanhang.²⁸

Slutligen går det att använda demonstrativ eller tydlig kategorisering för att berätta om något annat än just det som explicit har kategoriserats: när man införde kategorin *manligt smink* i varuhuset så sade man två saker – det är idag okej för män att sminka sig, men *all annan smink* (det vill säga smink i allmänhet) är *kvinnligt smink*, även om, eller just för att, det ena (manligt) har karaktären av att vara en underavdelning till det andra (smink).²⁹

Att se och bli sedd som medel för social positionering

Innan vi rundar av det hela ska vi gå in på en sista faktor som spelar in, i korthet även om också den förtjänar mer utrymme än vad som finns att tillgå här. Det handlar om relationen mellan saker och människor, för att uttrycka det enkelt. Återigen väljer jag att ta upp framförallt två aspekter: den ena är effekten av mängden människor som är närvarande, den



Genom att lyfta in musikanläggning, CD-skivor och böcker runt om en sittgrupp vänd mot en storbilds-TV som visar musikvideor, stärks den urbana känsla som tillhör street-modet. (Åhlens City i Stockholm).

andra är graden av exponering. De hänger till viss del ihop, men är inte en direkt följd av varandra.³⁰ Jag tänkte i det kommande försöka förklara hur de hänger ihop.

Till att börja med tror jag alla känner igen tanken på att placera saker där många människor passerar för att sälja bättre. Jag tror också alla är medvetna om att det här är olika viktigt för olika varutyper eller olika målgrupper. Det är också frågan om hur man organiserar sitt hem, till exempel. De mer privata delarna, såsom sovrum och arbetsrum, placeras gärna inte i spontana mötesplatser i lägenheterna. På ytan kan det här tyckas handla om etikettering av rummen, men det handlar också om rummens inbördes ordning. Vardagsrummen och köken brukar ligga mer centralt i lösningen än sovrummen gör, vilket gör att man passerar där oftare och lättare kommer i kontakt med andra rum eller andra familjemedlemmar. Samtidigt som rummen används så får de en mer social prägel, vilket tenderar att påverka vad vi gör där. Det vi gör och har där är helt enkelt sådant vi tänker oss att vi gör tillsammans, delar, eller gör när vi kan tänka oss (eller vill) bli störda då och då.³¹ Vi är öppna för eller söker kontakt. Rent rumsorganisatoriskt leder det till att sovrummen brukar ligga längst in, medan vardagsrummet ligger närmare ingången, och köken under nittonhundralet, i takt med att matlagning förändrats till en mer social aktivitet där också gäster kan delta, sakta men säkert glidit allt närmare entrén.³²

Läs beteende i biblioteken

Den här effekten är tydlig i biblioteken och inom olika typer av läsbeteende, där val av läsplats minst lika ofta handlar om hur jag vill läsa och vilken situation jag föredrar som vad det är jag läser för litteratur. Många söker sig till platser i centrala lägen där många är, även om deras litteratur är långt bort. På motsvarande vis är det vanligt att de platser som lig-

ger långt in eller avsides används av få personer, oavsett hur många platser det är.³³ Eftersom miljön så att säga uttrycker avskildhet och privathet används den så, och läsplatser får stå tomma om det skulle störa andra att man satte sig. En situation med få människor närvarande ställer betydligt större krav på hänsyn till andra i form av ljudnivåer, utrymmesanspråk och så vidare än i miljöer som är mer fyllda, där det är okej och kanske till och med förväntas att man småträngs lite. Jämför hur människor betar sig i en full buss jämfört med en nästan tom. Vad som är okej är helt enkelt olika, och skillnaden är beskrivbar som *hur många människor är närvarande*. Det är inte ovanligt att vi också tar oss till platser av den enkla anledningen att vi trivs med att se och vara bland andra människor.³⁴

Det här är något som starkt påverkar vårt ordnande. Man skulle kunna uttrycka det som ett sätt att beskriva vem som berörs av det som blir ordnat. Vem det angår. Kalsonger angår endast köparen själv, därför göms de längst in där få eller ingen råkar bara 'hamna', medan andra varor har större allmängiltighet och får ligga mer i allas väg. På samma vis beskrivs viss litteratur i biblioteken som ämnad för alla, och annan (som släktforskning och lyrik i typfallet) endast för den specialintresserade, eller för på något vis väsensskilda grupper – som när barnavdelningarna konstant separeras från allt annat, helst innan man kommit in i själva biblioteket. Vi lär oss att damkläder angår fler än herrkläder – precis som dammode i allmänhet är en mer allmän fråga än herrmode, till den grad att det under perioder behandlats som att det bara *funnits* dammode. Herrar klädde sig bara efter praktiska krav, och betydligt mer tidlöst.³⁵

De varor som ligger där alla passerar har också oftast en karaktär av att vara (det vill säga i allmänhet behandlas som) av en mer ofentlig, publik, eller kommunikativ karaktär. Smink, (dam)accessorier, smycken och dylikt

är ur många synvinklar en fråga om att *komunicera identitet* eller att *utsmycka sig för andra*. Samma orsaker kan förklara varför dammode ligger mer där alla passerar än herrmode, *trots att herrar statistiskt köper mer på impuls än damer*.³⁶ Det är som det finns ett behov att upprätthålla idén om den impulsiva, förförbara kvinnan och den rationella, tänkande mannen. Ur den här ordningen kan vi också utläsa andra invanda tankemönster, såsom vem det är som ska se och vem som ska beskådas.³⁷ Också internt sorteras varor efter liknande mönster, där det trendigaste (det som angår flest) ligger där flest människor är. Mjölkpaketsidén som ofta argumenteras kring används sällan i praktiken och fungerar ännu mer sällan.³⁸

Varuhusens organisationsprinciper

Om vi istället spinner vidare på resonemanget att varor ligger i den typ av sociala sammanhang som beskriver vilken social och kulturell karaktär de har, så kan vi plötsligt förstå mycket mer av de organisationsprinciper vi stöter på i varuhusen. Det blir tydligt varför (visst) smink och accessoarer ligger där de gör, varför de trendigaste kläderna positioneras med tidig exponering och lätt åtkomliga,

varför kläder med mindre anspråk på modemedvetenhet får ligga lite i skymundan, och varför exklusiva varor placeras där de gör. Det hela går att förstå som en slags scenografi som förutom den tidigare diskuterade karaktäriseringen genom separering och samling, utrymme, formmedvetenhet och närvaro innehåller ett intrikat spel av exponering och tillgänglighet. I mycket grova termer rör det sig om fyra karaktäristiska situationer: de högexponerade men svårtillgängliga exklusiva varorna, de högexponerade men lättillgängliga trendmärkena, de lågexponerade men lättillgängliga vardagsvarorna och de svårtillgängliga privata varorna.

Om vi besöker varuhus eller exklusiva affärer har de en sak gemensamt utöver formmedvetenhet – det är få kunder där, de ligger avses från de mest besökta affärsstråken, men de är ändå välexponerade. De få kunder som är där får god service, mycket tid med personalen, och får visa upp sig i köpsituationen. En serie sociala faktorer som understryker exklusiviteten i varan *och den som handlar*. På liknande sätt är varor som betraktas som mest privata så gott som alltid *gömda* på ett eller annat sätt, något det talas tyst om i shoppinglitteraturen³⁹ (se bild 3).

Så här kan man förstå de grundläggande principerna för sortering i varuhusen, och liknande effekter på värderingsanspråk uppstår lätt i andra sammanhang, såsom i bibliotek.



Den svårtillgänglighet som karaktäriserar exklusivitet kan sedan genomföras på en mängd olika sätt: genom att lägga varan långt in, genom att lägga den i en glasbox som kräver personalens nyckel för att komma åt, genom att endast sälja den över disk, och en mängd andra metoder. På motsvarande sätt kan exponering skötas på en mängd olika vis: allt ifrån att varan själv är exponerad till skyltdockor, skyltfönster, affischer, och så vidare.

Avrundning – var sak har sin plats...

Det sätt som kommersiella miljöer beskriver varornas sociala och kulturella karaktär och position ur de här perspektiven, i de undersökningar jag gjort, *motsvarar det vis på vilka de beskrivs i modetidskrifter och i reklam*. Exklusivt läge motsvaras av anspråk i bildspråk, tidskriftsval, utrymmeskrav, bildkomposition och karaktär med mera. Varuhuset, i alla fall cityvaruhuset, fungerar därmed som ett sätt för branschen att *kommunicera modesystemet*, en till viss del kollektiv process. På liknande vis beskriver bibliotek kunskapsidéer, både som grundstruktur, som fördelning i kunskapsfält, dessas inbördes relationer, och också hur kunskap inhämtas, vad den är och för vem den är.⁴⁰

I ett sådant här resonemang är det lätt att falla ned i tankar om att varje föremål, varje vara, eller varje bok har en 'bästa' plats. Så ser också mycket så kallad shoppinglitteratur ut. Problemet är att sådana bästaplatser, argumenterade för som utnyttjande av synergieffekter, inte kan beskriva det hela, och att det i förlängningen landar i ett antal självmotsägelser. Vilken plats är bäst för espressokoppar? Vid andra koppar, vid espressomaskiner, vid middagsporlin, eller i märkes- eller designavdelningen för tillverkaren? Svaret är förmodligen 'alla'. Eller 'ingen'. Framförallt är svaret att någon måste välja, och att valet uttrycker en syn på de här kopparna. De blir helt enkelt olika koppar beroende på var de står.

Nätstrumpor och böcker

Ett enkelt och tydligt exempel är skillnaden på hur strumpbyxor och nätstrumpor hanterades i varuhuset. I det ena fanns fyrtioåtta modeller av kvinnoben i bästa blickfång innanför den sekundära entrén, och hade som närmaste grannar kosmetik, smycken och accessoarer. I det andra stod de att finna lite i skymundan, i bakändan av damunderklädesavdelningen. Det här beskriver två olika roller som de här plaggen kan ta: i ena fallet har man valt att betona deras uppgift som utsmyckning av ben och i andra har man valt att betona deras roll som underkläder och/eller praktiskt plagg. Genom kontextualisering har man styrt in mot en av många tolkningar av plaggets roll som är möjlig att göra.⁴¹ Det är något man gör när man *prioriterar* vilken så kallad synergieffekt man skall använda sig av, och där synergieffekter i sig inte kan svara på varför just det valet som är gjort är gjort. Det framgår allt tydligare hur vi kan *välja* bland en mängd möjliga identiteter och tolkningar av föremål och aktiviteter, och beskriva detta genom kontextualisering.

Det här är en styrka och ett problem som finns och tvingas fram i rummet. Som jag påpekade i början är bokhyllan ett väldigt effektivt sätt att kommunicera en struktur, ett system att orientera sig i. Den är också svårslagen som kommunikation av grupperingar av böcker: det går mycket snabbt att få en överblick av en bokhylla, långt snabbare än någon lista på en sökmotor. Det är också snabbt och enkelt att ta ut en bok och bläddra i den, och att ta ut en liten trave för att sätta sig och titta närmare på vilken som är intressant. Det rumsliga ordnandet stöder en annan typ av sökande än det specifikt målinriktade, en typ som kanske också är vanligare i allmänhet.⁴² Det innehåller också en mängd information som ofta glöms bort i diskussionen för att man använder en psykologisk modell som inte svarar mot den situation som man faktiskt

arbetar med, för att använda Harvie Fergusons uttryck.⁴³

Problemet, om man vill se det som sådant, är att rummet tvingar fram val och ställningstaganden. Vi *måste* helt enkelt välja vilka kopplingar som är viktigare. Vi *måste* kategorisera utifrån någon slags princip, och även i vår mest neutrala strävan blir det en fråga om val och prioriteringar. Dessutom *måste* något ligga längst in, stå högst upp, synas mest, gömmas, eller packas ned i lådan på vinden. Till viss del sker säkert en del nya ställningstaganden varje gång det här görs. Till viss del kan vi bryta mot etablerade normer, till viss del följer vi dem utan att tänka, till viss del är vi tvungna, särskilt om vi bedriver kommersiella verksamheter. Under alla omständigheter kommuniceras våra val, och stödjer eller ifrågasätter normer och värderingar, samtidigt som de kan underlätta eller försvåra för andra att hitta det de (tror att de) vill finna, eller leda till nya upptäckter.

Poängen här är att, om vi använder oss av biblioteken som exempel, det finns ett väldigt effektivt informationssystem inbyggt i hur vi relaterar media till varandra och till besökaren, i vilket besökarna orienterar sig och informerar sig, som behöver uppmärksammas och förstås bättre, och då som ett system för den intresserade, reflekterande individen som är öppen för att, för att ta ett norskt uttryck, ombestämma sig under resans gång. Just för den typen av sökande som *inte* baseras på ett specifikt, förbestämt mål har den rumsliga sorteringen en stor styrka, på gott och ont.

Noter

¹ Foucault, Michel, *The Order of Things*, övers. Tavistock Publications (London: Routledge, 2002).

² Foucault hänvisar här framförallt till Linné och framgången för hans systematisering av växter som fick bli modell för hur man skulle sortera kunskap – som byggs på ett fåtal morfologiska kriterier vilka handlar om just fortplantningsorganens *form*. I och med detta, menar han, överges en tidigare tradition som inte byggde

på sådana principer utan istället arbetade med att ta fram *tabeller* som sorterade saker i ett fält (Linnés princip innebär med nödvändighet en trädstruktur i systemet). (Foucault 2002)

³ Se till exempel den nyligen översatta *Nattens Bibliotek*, där Alberto Manguel både kärleksfullt och tydligt beskriver en sådan här process med all önskvärd tydlighet. Manguel, Alberto, *Nattens Bibliotek*, övers. Margareta Eklöf (Stockholm: Ordfront 2007).

⁴ Särskilt kulturgeografen Sharon Zukin för ett övertygande argument om hur det offentliga rummet, och vad som tillåts att ta plats och synas och inte är en viktig del av det hon kallar 'public culture', vilket i förlängningen är en slags förhandling om idealbilden för vårt samhälle. En annan viktig utgångspunkt för resonemanget är Henri Lefebvres diskussion om *social space*, som behandlar hur rummet är ett socialt fenomen, som både beskriver, formar och formas av våra beteenden, tankesätt och värderingar. Zukin, Sharon, *The Cultures of Cities* (Oxford: Blackwell, 1995); Lefebvre, Henri, *The Production of Space*, övers. Donald Nicholson-Smith (Oxford: Blackwell 1991).

⁵ I en licentiatavhandling om bibliotek och en doktorsavhandling om varuhus (och bibliotek), där analysen är mycket mer ingående och konkret än vad som ryms i den här texten. Framförallt byggs resonemanget upp av omfattande och detaljerade empiriska studier utifrån vilka analysen sedan är uppbyggd. Koch, Daniel, *Spatial Systems as Producers of Meaning: The idea of knowledge in three public libraries* (Stockholm: KTH, 2004) & Koch, Daniel *Structuring Fashion: Department Stores as Situating Spatial Practice* (Stockholm: Axl Books, 2007).

⁶ Ett resonemang som tydligt redovisas av till exempel Tony Bennet, som framför allt fokuserar på museernas tidiga utveckling men också väver in bibliotek och varuhus som parallella fenomen på ett mycket övertygande vis. Han redovisar också grundligt de sociala förändringar som leder till ett behov av att skapa dessa institutioner som beskriver världen och vilka mekanismer som man arbetar med i dem (där rätttegångsalen blir en annan viktig del). Liknande kopplingar görs av Bill Lancaster som behandlar varuhusens tidiga historia i Storbritannien. Bennet, Tony, *The Birth of the Museum: history, theory, politics* (Abingdon: Routledge, 1995) & Lancaster, Bill, *The Department Store: a social history* (London: Leicester University Press, 1995).

⁷ Thomas A. Markus gör en studie av alla tre dessa byggnadstyper, till viss del refererande till de andra men mer fokuserad på bibliotek och de sociala mekanismer de arbetar med. Till exempel i hur masslitteratur skiljdes från 'riktig' litteratur, och hur biblioteken (bibliotekarierna) måste våga neka 'ungdomar och damer' att

- låna viss litteratur. Markus, Thomas A., *Buildings & Power: Freedom & Control in the Origin of Modern Building Types* (London: Routledge, 1993).
- ⁸ I *Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias* beskriver Foucault det som att "[n]owadays arrangement has taken over from extension, which had once replaced localization. It is defined by relationships of neighbourhood between points and elements, which can be described formally as series, trees and networks." Orsaken till valet av de tre är att de har kategoriskt olika karaktär på det sätt relationerna är uppbyggda. Foucault, Michel, "Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias," i *Rethinking Architecture: a reader in cultural theory*, ed. Neil Leach (London: Routledge 1997), 350-356.
- ⁹ Ett trädsystem av samma storlek som ett nätverk av rum innehåller i sig större distanser och mer begränsade vägvalsmöjligheter och föreslår därmed större åtskillnader. Det här är inte i sig något negativt: som exempel är bostadshus i princip uppbyggda av trädsystem och även om det är ett intressant tankeexperiment är det svårt att tänka sig att ett flerbostadshus byggt som ett nätverk skulle vara särskilt framgångsrikt i dagens samhälle. Vad det medför är emellertid att både möjligheten och tvånget att beskriva någonting som starkt åtskilt blir större i ett trädsystem än i ett nätverk. Se Hillier, Bill, *Space is the Machine* (New York: Cambridge University Press, 1996).
- ¹⁰ Hillier & Hansons definition av rum bygger på fysiskt-socialt avgränsade enheter: ett rum utgörs av materiella gränser inom vilka alla kan se varandra. Hillier, Bill & Julienne Hanson, *The Social Logic of Space* (Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1984).
- ¹¹ Baudrillard, Jean, *The System of Objects*, övers. James Benedict (London: Verso 1996).
- ¹² De tre distributionerna som förklaringsmodell, som förutom distributionen *av* och *i* rum också inkluderar distribution *genom* rum (såsom spontana rörelsemönster och mötesplatser), och hur de deltar i en ständigt pågående meningsproduktion utvecklades först i licentiatavhandlingen (Koch 2004), och har sedan bearbetats vidare till exempel av Lars Marcus vid Arkitekturskolan, KTH.
- ¹³ Se särskilt kapitlet "atmosphere" i Baudrillard 1996.
- ¹⁴ I sammanhanget kan påpekas hur det är först när 'laga mat' blivit mer av en social aktivitet än ett slitsamt arbete som de öppna lägenhetslösningarna slagit igenom. Eller kanske bättre sagt: de här två utvecklingarna har gått hand i hand, samtidigt med en utveckling mot att mer färdigmat konsumeras och vi äter mer ute. När vi lagar mat idag är det för att vi vill, och som en del av det sociala livet; i alla fall är det vad som sägs av våra lägenhetslösningar.
- ¹⁵ Det här sker i olika skalor och olika starkt, såsom genom våningsavdelningar, olika starka väggar, öppna ytor, glasväggar, och så vidare. Graden av åtskillnad tenderar att beskrivas antingen med avstånd eller med materialitet, där *typen* av åtskillnad skiljer sig beroende på vilken av dessa som används (Koch 2007).
- ¹⁶ För ett mer ingående resonemang, se kapitlet sen, sju, elva och femton i Koch 2007 för olika undersökningar och analyser som lett fram till denna slutsats.
- ¹⁷ Malmö sorterade då in böckerna rumsligt i kategorier som bäst beskrivs som 'samhälle och historia', 'naturvetenskap och teknik', 'politik, ekonomi, och juridik', 'kommunikation och konst', 'skönlitteratur', 'äldre skönlitteratur', 'för barn', 'för de som av någon anledning har svårt att läsa', 'lätt eller grund läsning', 'musik och annan underhållning', 'nyheter', 'populära böcker', och till och med 'böcker om det lokala området eller av författare därifrån'. Se Koch 2004 s. 121-124.
- ¹⁸ Det finns tillfällen när obekanta sorteringsprinciper faktiskt kan ställa till det för oss. Vi ser just nu en utveckling i många matbutiker från en kategorisering baserad på ingrediensstyp (dvs. konserver, spannmål, grönsaker, kryddor) till en kategorisering baserad på mattyp (österländskt, taco, och så vidare), som kan göra det svårt att hitta rätt. Särskilt nu när båda dessa ordningar samsas, och det är svåröversägbart vilken det är som har överhanden. För den som ska laga japansk mat, däremot, är den nya indelningen perfekt. För den som vill ha tag på bambuskott och oliver på konserv är den mindre praktisk.
- ¹⁹ Foucault 2002.
- ²⁰ Av Lefebvres *spatial practice* (Lefebvre 1991).
- ²¹ Här är på sin plats att påpeka att så kallad ren och enkel design, och återhållsamhet, inte alltid varit det främsta tecknet på rikedom och överflöd (även om Baudrillard och framförallt Veblen tenderar att beskriva det som en nödvändig följd av att samhället uppnår en viss "mättnadsgrad." Jämför till exempel med hur det under perioder (såsom barocken och särskilt den efterföljande rokokon) varit just överdådighet som visat på rikedom. Liknande tendenser finns i det Paris som beskrivs av Zola. Även om man inte ska dra det till en lag så är det kanske ändå rimligt att tänka sig att det när "alla" kan leva i materiellt överflöd måste till något annat för att visa på status, såsom möjligheten att ta upp plats.
- ²² Något som tas upp ur olika perspektiv av Miller, Jackson, et al och den nyligen högaktuelle Paco Underhill.

I det förstnämnda fallet påvisas tydligt hur estetiken hos 'the cheapjack' (eller billighetsaffären) bygger på en tätt packad röra medan de fina varuhusen (John Lewis) arbetar med renhet och rymlighet för att positionera sig som 'billigare' och 'finare' – trots att konkreta prisjämförelser visar betydligt mindre skillnad. Underhill, å sin sida, påpekar hur noggrant vikta och presenterade högar av ett fåtal kläder kommunicerar inte bara att de är värda utrymme, utan att de är värda att ha tillräckligt med personal för att ständigt rättas till samtidigt som kunderna får service. Miller, Daniel, Peter Jackson, Nigel Thrift, Beverly Holbrook & Michael Rowlands, *Shopping, Place and Identity* (New York: Routledge, 1998); Underhill, Paco, *Why We Buy: the Science of Shopping* (New York: Simon & Schuster Paperbacks, 2000).

²³ Det är värt att påpeka att just *formmedvetenhet* och *yta per plagg* verkar vara viktigt för statusposition, emedan just vilken form och hur ytan hanteras snarare skiljer på varor i någon slags horisontalld i modevärlden. Viss typ av formmedvetenhet kan för den oinsatte likna rörlighet, något som vissa märken använt sig av medvetet för att skapa en slags exklusiv medlemskapskänsla hos sina kunder. Se Koch 2007 och Underhill 2000.

²⁴ Miller, Jackson et al, 1998.

²⁵ Liknande beskrivningar av karaktär och position finns i shoppingforskning av olika slag, men också till exempel i Zolas *Au Bonheur des Dames*, inför vilken Zola gjorde grundliga undersökningar av de Parisiska varuhusen. Det är tydligt så att de finare varorna får mer utrymme, bättre exponering, och bättre service än massvarorna. Zola, Émile, *The Ladies' Paradise*, övers. Bryan Nilson (New York: Oxford World Classics, 1995).

²⁶ Kwon, Miwon, *One Place After the Other: site specific art and locational identity* (Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2002).

²⁷ Ett annat tydligt exempel står att finna i Steve Martins roman *Shopgirl: a novella*, där huvudpersonen Mirabelle jobbar på handskavdelningen i ett varuhus. Den avdelningen har ingen annan uppgift än att skapa en atmosfär av lyx och utrymme åt andra avdelningar, och Mirabelle träffar nästan aldrig några kunder. Martin, Steve, *Shopgirl: a novella* (New York: Hyperion, 2001).

²⁸ Konstteoretikern Martha Buskirk visar här på ett antal exempel ur konstvärlden, där ett är Ashers verk i Chicagos Art Institute "73rd American Exhibition" 1979, där han bland annat flyttar en staty av George Washington från sin plats i 'amerikansk historia' till en plats bland 'franska konstverk', efter nationaliteten på den

konstnär som gjort den (vilket är en mycket vanlig kategoriseringsprincip i konstmuseer). Resultatet i det fallet var att ytterst få ens tänkte sig att statyn föreställde just Washington – de flesta antog att den visade en fransman. På liknande sätt blev Fred Wilson's omgruppering av verk i Baltimores Maryland History Museum 1992 kontroversiellt eftersom det gjorde helt nya kopplingar mellan till exempel dekorativa stålhanterverk och slavbojor från samma period. På liknande sätt berättar William Gibson i *Pattern Recognition* hur huvudpersonen vanliga märkesallergi helt sätts ur spel när hon reser till Japan och alla märken hamnar i helt nya kontexter, och Paul Ricoeur om hur vi så gott som alltid kan läsa in en mening i ett ord, även om det inte har en vettig lexikal tolkning i sin mening genom att skapa Metaforer. Buskirk, Martha, *The Contingent Object of Contemporary Art* (Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2005); Gibson, William, *Pattern Recognition* (London: Penguin Books, 2004); Ricoeur, Paul, *The Rule of Metaphor: The creation of meaning in language*, övers. Robert Czerny, Kathleen McLaughlin och John Costello (London: Routledge Classics 2003).

²⁹ Det fanns aldrig några skyltar om 'kvinnligt' smink – genom att beskriva en liten del som 'manligt' fastställdes att allt annat smink (det vill säga den klara majoriteten) var för kvinnor.

³⁰ Det här är ett vanligt problem inom mycket forskning, där två 'skolor' kan sägas förekomma: de som analyserar målpunkters popularitet som ett sätt att förstå rörelsemönster, och de som analyserar rörelseflöden som ett sätt att förstå var människor uppehåller sig. Något av det som blev absolut tydligast i mina undersökningar av varuhusen var hur, även om samband finns, förhållandet mellan flöden och mängden kunder som tittrade på varorna var betydligt mer komplext. Se Koch 2004, kapitel 9 och 10.

³¹ Som grundregel kan man säga att mängden närvaro, och därmed chansen eller risken för möten, är större ju mer lättillgängligt ett rum är. I lägenheten tenderar det att bli det mest 'centrala' rummet, och i byggnader som bibliotek och varuhus går det att förenkla med hur djupt in i byggnaden ett rum ligger. Det här verkar vara minst lika viktigt för närvaron av människor (inte nödvändigtvis vilka eller varför) som vad som finns där. Se t.ex. Koch 2004 & 2007 och Hillier 1996.

³² Något som studerats ingående av Bendik Manum i ett forskningsprojekt vid arkitekturskolan i Oslo. Manum, Bendik, "Generality versus Specificity; A Study on the Interior Space of Apartments," *Proceedings to the 5th International Space Syntax Symposium, Volume II*, ed. Ackelies van Nes (Delft: Techne Press, 2005), 3-14.

³³ Se Koch 2004, kapitel 5.4.

- ³⁴ Lefebvre kallar fenomenet att människor dras till folkrika platser helt enkelt för att vara i sociala miljöer för Social Centralitet, och hävdar att det är en viktig del av stadens rytm. Andra bra exempel står att finna inom film och skönlitteratur, såsom i André Bretons *Nadja*, där hela romanen genomsyras av spelet mellan situation och vad de två huvudpersonerna gör: de söker upp folkrika platser för lättare samtal och aktiviteter, och i allt högre grad avses och enskilda platser ju mer intima de vill vara (eller är). Lefebvre, Henri, *Writings on Cities*, övers. och ed. Eleonore Kofman och Elizabeth Lebas (Oxford: Blackwell, 1996); Breton, André, *Nadja*, övers. Richard Howard (New York: Grove Press, 1960).
- ³⁵ För utvecklad diskussion om relationen mellan dam- och herrmode, och framförallt hur kvinnor ansetts förförbara av modetrender emedan männens kläder varit 'tidlösa' och baserade på intellekt och funktion, se Joan Entwistles *The Fashioned Body* som har en välskriven och koncis historisk skildring och också beskriver situationen idag bra, eller Mark Wigleys *White Walls, Designer Dresses* där förhållandet mellan estetik (representerat av arkitektur/struktur/män) och smak (representerat av mode/ytal/kvinnor) grundligt granskas. Entwistle, Joan, *The Fashioned Body: Fashion, Dress, and Modern Social Theory* (Cambridge: Polity Press, 2000); Wigley, Mark, *White Walls, Designer Dresses: the Fashion of Modern Architecture* (Cambridge, Massachussets: MIT Press, 1995).
- ³⁶ En mycket intressant observation av Paco Underhill, som också konstaterar att trots att det här är väletablerat som statistisk sannig så arbetar större delen av retailindustrin fortfarande efter den omvända modellen (Underhill 2000). Tyvärr fortsätter han senare i *Why We Buy* med att föreslå åtgärder av samma slag som han strax tidigare förklarar som faktamässigt ogrundade. Det är också en vanligt spridd fördom, till exempel i ett antal vanligt förekommande 'roliga mail' som sprids över nätet.
- ³⁷ Som Victor Burgin påpekar i en av sina bättre stunder är det kanske just vem som skall beskådas som är den kritiska frågan. Det är Kvinnan som är till för att beskådas i första hand; genus på den som beskådar är av mindre vikt (utan att för den skull förringa diskussionen om *the male gaze*, som inte nödvändigtvis står för en man som tittar utan för en viss sorts tittande). Burgin, Victor, *In/different spaces: place and memory in visual culture* (Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1996).
- ³⁸ Även om retoriken ofta används krävs inte särskilt mycket studier av kommersiella lokaler, och särskilt varuhus, för att märka att idén om attraktorer i praktiken redan är avpollterad. Det är nog få som tror att Hugo Boss kostymer är det som lockar flest kunder, eller för den delen herrkalsonger. Baserat på gängse spridd fakta borde dammode, som säljer bäst och borde vara en sådan attraktor, med sådant resonemang ligga längst in, vilket det nästan aldrig gör. Det är istället varor som har exklusiv eller privat karaktär som ligger långt in, vilka båda tjänar på att få kunder är där (så att man får vara privat eller personalen har gott om tid att ta hand om varje kund). Den enda kategori som i mina undersökningar gav statistiskt utslag på rörelseströmmar utanför sitt eget lokala område var leksaker och/eller barnkläder (Koch 2007).
- ³⁹ På samma sätt talas det sällan om hur exklusiva varor bygger sin identitet på just det faktum att det är få köpare, relativt sätt. Det engelska uttrycket *Mass or Class* sammanfattar det här statusspelet tydligt: blir något för allmänt spritt så faller det i status.
- ⁴⁰ Det finns till exempel skillnad på de rader av läsbord som stod välordnade efter bokhyllornas ordning, där läsarna satt bakom varandra, i Stockholms Stadsbibliotek och de café- eller vardagsrumsbord som stod att finna i Växjö. I ena fallet är det individuellt läsande av litteraturen som föreslås, och i det andra samtalet med andra människor. Mycket i likhet med Baudrillards resonemang om atmosfär. Se Baudrillard 1996 och Koch 2004 & 2007.
- ⁴¹ Se till exempel Joan Entwistles diskussion om damunderkläder och deras roll i samhället. Entwistle 2000.
- ⁴² Det finns poänger med att i likhet med Anthony Giddens tänka sig mänskligt beteende som en serie kontinuerligt föränderliga projekt: mycket av vårt agerande är målinriktat, men vi är ständigt beredda att byta mål, särskilt baserat på yttre omständigheter och intryck på resans gång. Detta hjälper också till att förstå hur djup och avstånd kan ha så stark inverkan på hur många som är närvarande – förutom att det är längre och kräver större insats att nå finns också fler möjligheter att ändra sig innan man nått fram. Se Koch 2007 och Giddens, Anthony, *The Constitution of Society* (Cambridge, UK: Polity Press, 1984).
- ⁴³ Ferguson menar att den Freudianska modellen med subjekt som först har begär och sedan ger sig ut för att uppfylla dem är olämplig som modell för att förstå shoppingsmålet eftersom den helt enkelt inte klarar av att beskriva vad som händer. Istället behövs andra, mer dynamiska modeller som tar större hänsyn till hur begär uppstår i samspelet mellan människor, media, föremål och andra faktorer. Ferguson, Harvie, "Watching the World go Round: Atrium Culture and the Psychology of Shopping," *Lifestyle Shopping and the Subject of Consumption*, ed. Rob Shields (London: Routledge, 1992), 21-39.