
Printout from the site SEC (Sociology of Education and Culture) at Uppsala University
URL of this page is www.skeptron.uu.se/broady/bruksvarde/gg-2011-2017.htm

Bruksvärdets vänner

Griniga gubbens blogg 2011–2017

Detta är en sammanställning av Griniga gubbens inlägg på bloggen "Bruksvärdet vänner" jämte kommentarer. Alltsammans i febr. 2019 nedladdat från broady.se/gg/ och hopklippt till en fil.

"Till sist kom den tid då man började utbyta, schackra med och bjuda ut allt det som människorna fram till dess betraktat som omöjligt att avyttra. Det är den tid då till och med de ting som man förut delat med sig av men aldrig idkat byteshandel med, som man skänkt men aldrig sålt, förvärvat men aldrig köpt – dygd, kärlek, övertygelse, vetande, samvete etcetera –, då kort sagt allt blivit saker som det handlas med."

Innehåll

2017-08-20. [Utmaningar](#)
2014-11-03. [Att reta gallfeber på kultureliten](#)
2012-11-25. [Att köpa sig en ställföreträdare](#)
2012-10-26. [Missförstådd](#)
2012-10-25. [Förhoppningsvis ett nytt mode bland idrottare](#)
2012-10-25. [En centralort i konstvärlden](#)
2012-09-27. [Om besökarövervakningsprogram](#)
2012-09-23. [Oktoberfest i Stockholm](#)
2012-09-17. [Gåtan löst! Nu vet vi var den nordamerikanska prydheten sitter](#)
2012-08-28. [Vill inte vara konsument](#)
2012-08-27. [Kännare på låtsas 2](#)
2012-08-21. [Kännare på låtsas 1](#)
2012-08-08. [Bruksvärdeslöften](#)
2012-08-03. [Spritflickor](#)
2012-08-03. [Bruksvärdets fiender 3: politiker](#)
2012-08-01. [Idrott och hälsa](#)
2012-07-30. [Bruksvärdets fiender 2](#)
2012-07-25. [Varumärkenas fält](#)
2012-07-24. [Klagovisa om lax](#)
2012-07-22. [Böcker man kan vara utan](#)
2012-07-22. [Uppmärksamhetstjuvarnas härjningar](#)
2012-07-22. [Självrannsakan](#)
2012-07-22. [Bruksvärdets fiender 1](#)
2012-07-21. [Ord, betydelser och effekter](#)
2012-07-17. [Brist på städverktyg för mobiler](#)
2012-07-17. [Dyster läsning under frukosten](#)
2012-07-16. [Klassisk diagnos](#)
2012-06-29. [Trädgårdsstadens nackdelar](#)
2011-11-27. [Klagovisor nov 2017](#)
2011-10-01. [Varning](#)

2017-08-20

Utmaningar

Posted by Griniga gubben 2017-08-20

På ledarsidan i dagens SvD konstaterar Theodor Kallifatides att det barkar utför med förmågan att tala och skriva svenska och att detta är en klassfråga. "Om allt färre vet vad som är rätt och fel kommer samhällets kvalificerade poster per automatik skötas av den lilla gruppen som behärskar sitt språk. Då bli centrala ämbeten inte längre öppna för alla."

Griniga gubben är inte riktigt övertygad utan vill påminna om att det finns jobb där inget levande, rikt och varierat språk krävs. Exempelvis jobbet som högre utbildnings- och forskningsminister, vars innehavare skrev följande i en debattartikel i samma tidning (31/7 2017).

jag anser om högskolans roll. Artikelförfattarna ondgör sig över att högskolan ska bidra till att möta samhällsutmaningarna. De menar att vi använder universitet och högskolor som verktyg för att "bemästra" samhällsutmaningar.

Samhället står inför stora utmaningar, som berör oss alla. Högskolan har en viktig roll att spela i detta. För att vi till exempel ska klara av att få fram fler lärare, sjuksköterskor och barnmorskor samt kunna möta utmaningar som klimathot och antibiotikaresistens. Det behövs mer kunskap för att vi ska kunna möta de stora utmaningar vi står inför och det är svårt att tänka sig en bättre arena för det än högskolan. Jag och regeringen drivs av synsättet att högskolan och högre utbildning angår hela samhället, inte bara dem som är närmast verksamma i den. Därmed inte sagt att universitet och högskolor ska bära det fullständiga ansvaret för att möta samhällsutmaningarna.

Kommentarer

Raoul Galli, 2017-08-20

Det är underbart att leva i ett samhälle utan problem (enbart utmaningar).



2014-11-03

Att reta gallfeber på kultureliten

Posted by Griniga gubben 2014-11-03

Griniga gubben har en hypotes om motivet bakom den nya regeringens vid första påseende svårförklarliga utspel på kulturens och utbildningens område. Regeringens motiv var att snabbt och effektivt reta gallfeber på kultureliten och den akademiska eliten för att vinna sympatier hos medborgare som misstror sagda eliter och missunnar dem deras privilegier.

Detta är den enda rimliga förklaringen till budgetpropositionens förslag att skära ned det statliga stödet till medelhavsinstitutet, till svenska studenthemmet i Cité universitaire i Paris, till skandinavistik- och svensklektorer i utlandet och till Terminologicentrum. Och tillika en förklaring till att kultur- och demokratiministern skickas fram att

tala mer om att distribuera kultur än om villkoren för produktionen av kultur värd att spridas. Nedskärningarna uppgick till struntsummor, sammantaget några tiotal miljoner – och förslagen har redan börjat dras tillbaka. Så det var uppenbarligen fråga om symbolhandlingar. Hoten var kanske aldrig avsedda att realiseras. Hur som helst blev effekten den förmodligen åsyftade: protester och namnlistor från akademiker och kulturfolk som värdesätter att svenska staten har sådana verksamheter och hus i utlandet (och i många fall själva vistats där för studier eller arbetssejourer). Medan somliga andra medborgare nog tycker att det finns angelägnare behov.

Därför duger inte de förklaringar som cirkulerar i debatten: dumhet, nybörjarnisstag, tidsbrist när budgetpropositionen skulle fram, okunskap om kulturen, den högre utbildningen och forskningen, eller finansens önskemål om få väck onyttiga småposter ur budgeten. I dagens DN (3 nov 2014) skriver Maria Schottenius att vare sig den nya ministern för högre utbildning och forskning eller resten av regeringen tänkt sig att få "hela universitetsvärlden emot sig innan hon börjat jobba". Jo, just precis detta måste ha varit tanken, eftersom den indignation som mötte förslagen var alltigenom förutsebar.

Foton: Svenska konsulatet i Istanbul och det bredvidliggande forskningsinstitutet. Plåtade av av D. Broady.



Kommentarer

Barbro Berg, 2014-11-03

Griniga gubben har nog tyvärr slagit huvudet på kornet

Maria Karlsson, 2014-11-03

rent populistiska skäl alltså...behöver man verkligen det? Men visst, inte helt omöjligt.

Griniga gubben, 2014-11-03

Maria, ja varför annars välja att vrida om kniven där det gör som ondast på just dem som har känslomässiga band till Cité universitaire i Paris eller något av medelhavsinstitutet? Det är uppenbarligen en alldeles särskild sorts människor, humanister och skönandar inte minst, som regeringen ville göra förbannade, med offentliga protester som följd. Men jag bara gissar. Någon som vet hur snacket gick när förslagen tog form bland partistrategerna?

Maria Karlsson, 2014-11-03

Det är ju bara så klassisk populism. Men jag tror dig för jag och måns wrange skrev en artikel om konstskandaler och undersökte bl.a. politikerbloggar. Vi såg tydligt hur s-politiker - och även andra etablerade politiker (från många olika partier nota bene) - ofta använde populistisk retorik om konsteliten. Helt ofarligt för dem - och "verklighetens folk" gillar....Personvalsstrategi.

Lars M Andersson, 2014-11-03

Bestickande, inte minst som jag har läsningen av Torbjörn Nilssons analys av FP:s omvandling under den förre partisekreteraren i färskt minne. Han visade på den s k 80/20-logiken bakom de populistiska utspelen; det handlar om att identifiera frågor där 80% av befolkningen tycker på ett sätt och resterande 20%, där medieeliten ingår, på ett annat och där medieeliten kan förväntas gå i taket. När man gjort det gör man ett utspel i linje med majoritetsuppfattningen och får då som ett brev på posten den negativa reaktionen från minoriteten varigenom man inhöstar popularitetspoäng

från majoriteten genom att framstå som vox populi. Det är bara spinn. Skarpa förslag läggs sällan. Jag har dock också en annan teori, som handlar om regeringsoduglighet. MP har aldrig suttit i regeringsställning och det var ett tag sedan SAP sågs som det självklara statsbärande partiet. Detta har sannolikt resulterat i att ingetdera parti har attraherat de unga opportunistiska begåvningarna på på landets statsvetenskapliga institutioner vilket fått till följd att varken MP eller SAP har några kompetenta politiska sekreterare och därmed inte heller duktiga statssekreterare; sekreteraren i utbildningsdepartementet kommer väl t ex från landstinget. Det saknas alltså både regeringsvana och kompetens.

Gyorgy Novaky, 2014-11-03

Det skrämmande är att dylika idiotförslag kanske har som syfte att dölja ännu värre budgetnedskärningar. Medan journalisterna flippar för ett par (visserligen mycket viktiga) miljoner, är det kanske något annat i görningen i det dolda...huu!

2012-11-25

Att köpa sig en ställföreträdare

Posted by Griniga gubben 2012-11-25 16:58:15

För länge sedan läste Griniga gubben i en roman om en intressant yrkeskategori, ställföreträdande turister. Dessa anlitas av rika människor som inte själva har tid eller lust att resa men önskar sig allt det som blir behållningen av färden. Om en sådan yrkeskår faktiskt finns eller är påhittad vet han inte. Resrutt, resmål och färdmedel - i romanen ett passagerarfartyg - fastställs av uppdragsgivaren varefter beställningen effektueras av proffsturister som upplever exotiska miljöer och dråpliga episoder, erfar känslor och stämningar, kanske blir magsjuka eller förälskade och noggrant dokumenterar alltsammans. Vi hemkomsten överlämnas en nedskreven redogörelse för intryck och minnesbilder, jämte fotografier och souvenirer.

I gårdagens morgontidningar fick grinige gubben veta att ställföreträdande våldtäktsmän är en existerande yrkeskategori. Enligt TT förbereds åtal mot en man i Hässleholm anklagad för att vid minst arton tillfällen ha uppdragit åt män att borta i Filippinerna våldföra sig på flickebarn i sjuårsåldern medan han själv hemmavid följde förloppet i realtid via chattuppkoppling och webbkamera. Högre betalning om barnet tillfogas smärta.

Egendomligt hur man för pengar kan köpa de mest personliga och intima upplevelser, i det sist nämnda fallet till och med de mest förbjudna. För att citera en bekant skrift tillkommen 1847: "Det är den allmänna korruptionens tid, den universella besticklighetens tid då allt är till salu, eller för att använda den ekonomiska vokabulären: den tid då varje föremål, det må vara fysiskt eller moraliskt, forslas till marknaden som en handelsvara för att där taxeras till sitt rätta värde."

Griniga gubben kan inte låta bli att associera till den aktuella debatten om huruvida inköp av läxhjälp bör gynnas medelst RUT-avdrag. I senmodern tid och hos kulturellt någorlunda bemedlade familjer har uppgiften att hjälpa barnen med läxorna betraktats som en intim situation, som en gård av föräldrakärlek för att tala högtidligt, eller med samhällsvetenskapens vokabulär: att föräldrarna ger av sin tid ingår i familjens gåvoekonomi som lyder en helt annan logik än varuutbytets ekonomi. Det är inte tillåtet för givaren, föräldern, att köpa in arbetskraft som träder i givarens ställe. Förvisso är läxhjälp mot betalning inget nytt, men har under lång tid närmast varit en rest från ett äldre borgerligt familjeliv som inkluderade huslärare, informatorer eller guvernanter.

Och i familjer där föräldrarnas förmågor inte räckte skulle staten bistå med, som det hette, kompensatoriska åtgärder. Så tänkte man under välfärdsstatens era, och då inte enbart av rättviseskäl. Meritokratiska motiv var minst lika viktiga. Oaktat klassursprung skulle de mest lämpade rekryteras till de mest kvalificerade utbildningarna och till samhällslivets ledande positioner. Det får inte vara tjockleken på pappas plånbok som avgör, löd ett av arbetarrörelsens krav.

Det förefaller Griniga gubben som om meritokratin som ideal är på väg att ersättas av plutokratin. Den pågående samhällsomvandlingen innebär i så fall ett uppbrott från det klassamhälle där ekonomiskt kapital bara är ett slags tillgång bland andra som krävs för att nå uppsatta positioner - och i många sammanhang inte den viktigaste tillgången. Han påminner sig de meningar som föregår det profetiska citatet ovan, skrivet för hundrasextiofem år sedan:

"Till sist kom den tid då man började utbyta, schackra med och bjuda ut allt det som människorna fram till dess betraktat som omöjligt att avyttra. Det är den tid då till och med de ting som man förut delat med sig av men aldrig idkat byteshandel med, som man skänkt men aldrig sålt, förvärvat men aldrig köpt - dygd, kärlek, övertygelse, vetande, samvete etcetera -, då kort sagt allt blivit saker som det handlas med."



2012-10-26

Missförstådd

Posted by Griniga gubben 2012-10-26

Träffade en bekant som var på dåligt humör efter gårdagskvällen på krogen då han blev skälld för snobb bara för att han försökte höja nivån på middagssällskapets något triviala diskussion om vilket öl som är godast. Ni som är ölkonnässörer, hade han sagt, känner såklart till den nya alen Almighty som Södra Maltfabriken i Haninge ska släppa till restauranterna nu på tisdag 1 oktober. Håller ni med om att citrahumlen är lite för dominerande? Visst är den pågående amerikanisering av ölsmaken ett bekymmer? En stor och angelägen fråga men samtalet dog. Kanske förnämade jag någon tänkte han och la till att det visst finns amerikanska öl som är okej, för egen del gillar han flera av Brooklyn Brewerys så kallade spöktappingar, de som inte finns till försäljning. Till exempel Cuvée de la Rouge Riesling som fått jäsa i bourbonfat tillsammans med bottensatsen från Rieslingtillverkningen, vad tycker ni om den?



2012-10-25

En centralort i konstvärlden

Posted by Griniga gubben 2012-10-25 10:36:56em>

I dagens DN finns bland utrikesnyheterna (inte i kulturbilagan) en artikel om Zhang Bingjian, en konstnär i Peking som ställt ut mängder av porträttmålningar av kinesiska tjänstemän dömda för korruptionsbrott. Att konstverken verkar rätt fula är tydligen meningen, i förbigående nämns att det är beställningsjobb utförda av målare i Dafen i södra Kina. Denna uppgift fångar Griniga gubbens uppmärksamhet. Intresserad som han är av förhållandet mellan bruksvärden och bytesvärden är han fascinerad av den industri som under de senaste tjugo åren vuxit fram i Dafen, tidigare en fiskeby med trehundra innevånare, nära Shenzhen i provinsen Guangdong. På kartan över den konstvärld som fungerar som ett kulturellt fält syns förstås inte Dafen men om man räknar antal nytillverkade oljemålningar är Dafen i dag konstvärldens centralort. Sextio procent av världsproduktionen enligt en vanlig uppskattning. Över sjuttio procent enligt en annan. Tiotusen konstnärer framställer bland annat oräkneliga kopior av europeiska mästare. Det går också fint att rekvirera en målning i olja med ett foto av din hund som förlaga. Här finns veritabla sweatshops och tillverkningen pågår i hemmen, på gatorna, överallt (att döma av bilderna på nätet, Griniga gubben har inte varit där och tittat). Export över hela världen, billigt såklart, varsågod att göra en beställning på till exempel <http://www.dafenvillageonline.com/>, <http://www.dafenart.com/>, <http://www.paintingspal.com/>.

Bilden nedan hämtad från

http://gotasdelluviaacida.blogspot.se/2012_05_01_archive.html

Ingen fotograf angiven.



Kommentarer

Posted by Ylva Bergström 2012-11-02 19:59:49

Jag tycker även "galleriernas" kategoriseringar är spännande. Jämte urvalet av konstnärer har vi att välja mellan kategorier som landskap, personporträtt, vatten eller byggnader beställ, typ, "kilovis"! Jag minns att min mor ibland kunde få kunder till antikvariatet på Övre Slottsgatan som vill köpa "nån hyllmeter" med "snygga ryggar" (böcker). Gärna skinnrygg (halvfranska band), de hade ingen aning om priser naturligtvis. Vi klurade ibland på vilka dessa kunder kunde vara, vi hann aldrig ta reda på det närmare eftersom det aldrig blev affär...

Posted by Finn Calander 2012-10-25 19:22:47

Griniga Gubbens blogg bjuder alltid på tankeväckande kunskaper. Om detta "konstproducerande" centrums existens hade jag icke en susning. Det skulle vara mycket intressant att studera beställarna av denna konst; vilka de är och vad som karakteriserar deras heminredning. Kanske beställer de målningar för att skänka bort som presenter, kanske för att ge den "riktiga" konstmarknaden en ironisk blinkning - vem vet. En annan fundering - vilka skillnader/likheter finns det i konsumtionsledet mellan dem som utnyttjar det kinesiska måleriproletariatet och dem som väljer att köpa sin konst på IKEA och/eller Gallerix? Forskningsansökan kanske?

Posted by Griniga gubben 2012-10-25 20:05:21

Finn, du frågar vilka som beställer konst fabricerad i Dafen. De första storkunderna var såvitt jag vet amerikanska varuhuskedjor såsom Walmart. Jag gissar att internationella hotellkedjor har behov av tonvis av konstverk. Men jag vet inte, du har rätt i att detta verkligen borde utforskas. Om fantasin får skena iväg kan man tänka sig att det uppstått ett grossist- eller detaljhandelsled som lägger tusen procent på priset (det är uppseendeväckande billigt att köpa direkt från måleriverkstäderna i Dafen) och säljer vidare till sociala grupper världen över som uppskattar väggprydnader med en västerländsk touche. Men egentligen har jag ingen aning om vilken avsättningsmarknaden är.

2012-10-25

Förhoppningsvis ett nytt mode bland idrottare

Posted by Griniga gubben 2012-10-25

Bland idrotterna är det endast två som Griniga gubben uppskattar, schack och MMA, vilka har en hel del gemensamt. Två kombattanter möts i ett envig enligt enkla regler. Den som gör ett drag måste förutse antagonists motdrag. Detta

är inga materialsporter – när det är dags för match finns inga hjälpmedel utöver den egna kroppen (huvudet inräknat, i båda fallen) att tillgå. Båda idrotterna kan vara vansinnigt spännande. I går när Griniga gubben på teven såg en UFC-match som nyss gick i Sacramento fick han en ny idol, lättviktaren Mac Danzig. Inte på grund av dennes sportsliga prestationer utan för ekiperingen. Danzig bar helvita shorts med sober svart text på baken ”Not for sale”. Alla andra tävlande var iförda spräckliga brallor översållade med varumärken. Griniga Gubben hoppas att Mac Danzig etablerat ett nytt mode.



Kommentarer

L. Salö, 2012-10-25

Det låter som att Griniga gubben kan uppskatta sporten schackboxning, där man mörbultar varandra i 2 minuter och därefter spelar schack i 4, sedan upp i ringen igen o.s.v. Läs mer på Wikipedia (finns mer på engelska än på svenska). Rätt stor sport här och var, för vad jag förstår. Internationellt förbund finns: http://wcbo.org/content/index_en.html

Griniga gubben, 2012-10-25

Tack Linus. Griniga gubben kände inte till schackboxningens existens. Verkar vara den ultimata idrotten.

Niclas Arkåsen, 2012-10-25

Till skillnad från Griniga gubben så är mitt idrottsintresse relativt stort, om än selektivt, jag är ingen större anhängare av de idrotter som tilltalar Griniga gubben. Trots mitt ointresse av MMA så kan jag inte annat än hålla med Griniga gubben om att Dazing förtjänar all respekt för att han inte låter sig köpas av högstbjudande. I samband med Skid- VM i Falun (längdskidor är för övrigt en idrott som står högt i kurs hos mig) aktualiserades detta tema igen, Johan Esk skrev i en artikel i DN, om hur idrottare, idrottsorganisationer samt idrottsarrangörer vackert dansar efter storföretagens pipor. Jag tror att Griniga gubben kan finna Esks artikel intressant, <http://www.dn.se/sport/johan-esk-red-bull-och-vodka-ar-nya-segerblandningen/>

Griniga gubben, 201-10-25

Niclas, ja längdskidåkning har onekligen sin charm. Gör sig bra i teveapparaten. Griniga gubben minns de ganska händelsefattiga reportagen förr i tiden då radiomän stod och frös på några ställen invid spåret och kunde meddela mellantider. Mer rafflande än så blev det inte. Nuförtiden filmas händelserna i spåret hela tiden, uppifrån och från sidan och bakåt och framåt. Ett skådespel anpassat för ett nytt slags publik och för reklamindustrin. Griniga gubbe tittar inte så mycket eftersom han plågas av all reklamen (i public service-teve!). Han har ändå noterat att Lena Andersson nog hade rätt när hon i DN nyligen noterade att skidlöpardamerna nuförtiden har makeup i stället för snor i ansiktet. Anmärkningsvärt att också herrarna slutat snora trots att dom knappast anstränger sig mindre än hjältarna förr.

2012-09-27

Om besökarövervakningsprogram

Posted by Griniga gubben 2012-09-27 11:34:03

I dagens DN meddelas som den stora förstasidesnyheten att "Ditt surfande kartläggs i det dolda" och "Webbsidor avslöjar ditt besök för Google".

Inte värst mycket till avslöjande, tycker Griniga gubben. Det är ingen hemlighet att webben omvandlats till en

marknadsplats där kartläggningar av potentiella kunders beteenden blivit hårdvaluta. Dock inte mindre gräsligt för det. Själv lägger han ned en viss möda på att i sin webbläsare blockera s.k. "trackers" och andra "3pes" (third party page elements) som samlar in och ibland säljer vidare information om vad medborgarna har för sig på webben. Vissa webbsajter har tio eller femton sådana trackers och 3pes installerade, i många fall med syftet att bland besökarna identifiera presumtiva kunder som kan utsättas för skraddarsydd reklam eller andra säljbudskap. Griniga gubben vägrar att göras delaktig i dylikt geschäft och blockerar efter förmåga nästan allt i den vägen. Med vissa undantag, faktisk bland annat just Google Analytics, det besökarövervakningsprogram som reportaget i DN skjuter in sig på. Åtminstone än så länge har Griniga gubben avstått från att blockera Google Analytics eftersom det är vanligt förekommande även på så att säga allmännyttiga sajter där det används för andra syften än direkt kommersiella. Tills vidare väljer han att tro att denna nytta uppväger det oönskade bruk av informationen som Google eventuellt har i sikte.

Griniga gubben är nyfiken på vad marknadsfolket på Dagens Nyheter tycker om avslöjandet. En snabb titt inuti gratissajten dn.se och betalsajten dagensnyheter.se visar nämligen att Google Analytics finns installerat på båda ställena. I reportaget nämns inte att företaget DN är inkluderat när det konstateras: "Ett stort antal svenska företag och myndigheter lämnar i tysthet ut uppgifter om alla besök på sina hemsidor till sökmotorn Google. Det visar en granskning som DN har gjort."

DN har också på båda sina sajter installerat SiteCensus från företaget Nielsen som beskriver sin produkt så här: "SiteCensus is a browser-based audience measurement tool that provides in-depth tracking and analysis of your Web site users, site performance and other critical measurement data. Examine your site performance, usage trends, content and product placement, visitor loyalty, search engine performance and visitor behavior. Analysis is delivered via concisely constructed reporting modules so that each important process can be researched independently and benchmarked internally." (<http://www.nielsen-online.com/products.jsp>)

På dagensnyheter.se hittar Griniga gubben inga ytterligare besökarövervakningsprogram. Däremot finns både Rich och cXense installerade på den stora publika sajten dn.se. Det förstnämnda programmet marknadsförs till publiceringsföretag på följande vis: "Make ads a native part of every user experience, and offer brands to reach their target audience with guaranteed impact" (<http://burtcorp.com/>). Griniga gubben ryser och blockerar förstås. Likadant med cXense vars affärsidé illustreras av bilden nedan (hämtad från <http://www.cxense.com/solutions.html>) som åskådliggör hur programmet tänkes användas av företag som Dagens Nyheter. I kretsloppet finns ingen plats för bruksvärdet för läsarna. Det primära syftet med att införska information om vilka besökarna är och hur de letar sig fram på sidorna, var de klickar etc, är att lotsa dem fram till reklamen, att räkna ut den effektivaste placeringen och utformningen av denna reklam och inte minst att få fram övertygande statistik att visa upp för annonsörerna.



2012-09-23

Oktoberfest i Stockholm

Posted by Griniga gubben 2012-09-23 08:54:39

Angående industriellt utnyttjande av mänskliga behov. Något företag erbjöd redan i augusti stockholmarna att få vara med om en genuin Oktoberfest, precis som i München. Griniga gubben som uppskattar öl var på plats i tältet med 2 400 sittplatser som för ändamålet rests invid Stockholmsmässan i Älvsjö. Det visade sig att besökarna undfågnas med vattnig pilsner, pulverpotatismos och ointressant korv samt uschlig musik med många sångtexter framförda på engelska. Med sig därifrån bar han dels en misstanke om att företaget hade mer intresse av besökarnas pengar än av att låta dem uppleva en autentisk Oktoberfest, dels en inplastad pepparkaka vars bruksvärde är ett mysterium. Hållbarheten är lång, bästföredatum 20 juli 2014, och listan över "mögliche Farbstoffe" imponerande: E101, E120, E131, E132, E141, E153, E160a, E160e, E162, E163, men den smakar sockrad träfiberplatta och är nog inte gjord för att ätas. Möjligen för att hängas i julgranen, men i så fall hemma hos tåliga medborgare som inte störs av språkblandningen i den industrirobotspitsade glasyren: "Oktoberfest I love it".



2012-09-17

Gåtan löst! Nu vet vi var den nordamerikanska prydheten sitter

Posted by Griniga gubben 2012-09-17 10:51:40

På grund av begränsad levnadserfarenhet är Griniga gubben okunnig om huruvida nordamerikaner i gemen vägrar att visa sig nakna, ens för sig själva. Så är det ju på film. Kärleksliv med kläderna på, och även ensam i badrummet eller i sovrummet virar man sorgfälligt in sig i badhandduken och drar upp överlakanet precis tillräckligt långt.

Denna prydhet har som bekant väckt förundran bland medborgarna i mer upplysta nationer. Varför förutsätts biograf- och tevepubliken i USA tåla både avancerat våld och obegränsade kvantiteter ytlighet, trams och flams men inte anblicken av nakna kroppar? Ingen tillfredsställande förklaring har presenterats förrän nu då Griniga gubben funnit gåtans lösning. Han har inte något botemedel att föreslå men för ett nobelpris i medicin kan upptäckten av var sjukdomen sitter räcka. I detta fall sitter den i hjärnstammen.

Tills vidare är detta en hypotes snarare än en förklaring eftersom det empiriska material som Griniga gubben förfogar över är en smula begränsat, de första säsongerna av teveserien The Walking Dead från AMC. En av de bättre amerikanska produktionerna, måste han medge, åtminstone om man skyndar förbi alla transportsträckor som dryper av amerikansk relationspsykologi, familjemoral och ledarskapsideologi. Han snabbspolar till nästa sekvens där zombierna dyker upp.

Dessa zombier är döda som kvicknat till men med alla egentliga förståndsgåvor utslucknade. Kvar är blott de mest rudimentära funktionerna lokaliserade till hjärnstammen, det vill säga området ovanpå ryggraden, från och med förlängda märgen och liten bit uppåt. Härifrån regleras icke-viljestyrda livsnödvändiga mekanismer såsom andning och liknande. Åtminstone nordamerikaners hjärnstam är så beskaffad att zombierna även förmår stappla omkring dag och natt (de kallas "walkers" i denna serie). De kan också se, höra och lukta en smula, tillräckligt för att jaga rätt på och äta upp de fåtaliga ännu levande människorna. Annat kosthåll, exempelvis vegetabilier, förutsätter tydligen högre hjärnfunktioner som saknas hos zombierna, därmed tvingade till en ensidig diet.

Griniga gubbens observation, på vilken han bygger sin hypotes, är att dessa zombier lyckas sköta klädvården trots obefintlig fattningsförmåga och synnerligen begränsat rörelseschema (döingen på bilden nedan har inte fällt hjorten, han kan bara hasa fram, grymta och äta). Synd att vi aldrig får se några sekvenser som avslöjar hur de bär sig åt för att förnya garderoben, laga pinsamma glipor och sy i knappar - bestyr som måste kosta dem heroiska ansträngningar och ta i anspråk nästan all den tid då de är ur bild. Efter veckor och månader som ruttnande lik har näsor och läppar börjat ramla av och även klädseln borde för länge sedan ha fallit i trasor, något som mer lättsinniga zombies säkerligen skulle

ha accepterat. Men inte teveseriens dito. Varenda en av dem har arrangerat paltorna för att skyla kroppsdelarna som i USA kallas private parts. Många bär till och med heltäckande mundering, långbrallor och långärmade skjortor knäppta ända upp i halsen, sådana som i andra filmer bärs av rednecks och hillbillies.

Det finns bara en tänkbar förklaring, fastslår Griniga gubben. Hos nordamerikaner är prydheten förankrad djupast inne i hjärnstammen. Det är en drift undandragen viljemässig kontroll.



Kommentarer

Posted by Finn Calander 2012-09-17 21:32:45

Griniga Gubben har genomfört en medicinsk bragd, väl värd ett pris. Det finns dock fler förbryllande fenomen att begrunda, fenomen med kopplingar till Griniga Gubbens ovan genomförda analys. Min reflektion rör inte zombier, utan en annan nordamerikansk minoritet - superhjältarna. Vissa av denna variant av Homo Sapiens (?) förändrar i vissa situationer sin morfologiska struktur, vilket naturligtvis påverkar de kläder de bär. När t.ex. genforskaren Bruce Banner blir förargad över något (vilket med tanke på republikanska presidentkandidaters intellektuella nivå, FOX News etc. måste inträffa med skrämmande frekvens) förvandlas han till den förfärlige Hulken som, bortsett från matvanorna och sina fysiska företräden har vissa likheter med zombierna. När denna aggressionsdrivna metamorfos äger rum, spricker skjortan, slipsen går rakt åt fanders, byxorna rämnar - men KALSONGERNA anpassar sig på ett rent magiskt sätt till ändalyktens minst femfaldigt ökade volym. Huruvida "the private parts" också förstoras i samma utsträckning, undandrar sig undertecknads bedömning, då detta ej tydligt framgår. Ergo - Hulkens prydhets måste liksom zombiernas, ha sitt ursprung i hjärnstammen. Däremot tvingas Hulken, till skillnad för zombierna, inte att laga och lappa sina söndertrasade kläder, han köper bara nya när forskarjaget återställts. Dock INTE kalsongerna, som med till visshet gränsande sannolikhet, återanpassar sig till utgångsläget. Hur kan detta förklaras? Jag misstänker att zombier i Research & Development inom den amerikanska textilindustrin (i den mån en sådan finns kvar?) har utvecklat ett material med extrem tøjbarhet, i syfte att på sikt underlätta zombietillvaron utanför bild. Förmodligen testkör de just nu detta material på professor Banner, alias the Hulk.

Posted by Griniga gubben 2012-09-17

Bra idé, Griniga gubben är förtjust i de sanningar som svaga själar kallar konspirationsteorier och instämmer i att klädindustrins affärsstrategier mot kundsegment som zombier med flera borde granskas.

2012-08-28

Vill inte vara konsument

Posted by Donald Broady 2012-08-28 12:44:58

Den världsomspännande komplotten för att transformera medborgare till konsumenter fortgår på alla plan, bland annat i omvandlingen av internet. För tjugo år sedan, innan webben alltså, var internet ett Shangri-La för "producenter", människor som var mer upptagna av att skapa, arbeta med och utbyta information än av att konsumera den. En oas i den kommersiella öken som breddade ut sig i samhället i övrigt. Enligt den då gällande etiken var säljbudskap strängeligen förbjudna på nätet. Det känns länge sedan. Nästa kapital i denna förfallshistoria är tydligen att vänta när Microsoft snart släpper Windows 8 som ju annonserats som ett stort steg på vägen mot gemensamt användargränssnitt för pc och plattor. Jfr en intervju på idg.se med Raluca Budi, gränssnittexpert med ett förflutet på Xerox Parc. Visserligen skjuter Raluca Budi in sig på ett ganska trivialt praktiskt problem, att det kan bli krångligt för användarna att hålla reda på flera system, men det hon faktiskt säger är mer oroväckande: "Windows 8 är optimerat för konsumtion av information snarare än att producera information. Konsumtion passar bäst på surfplattor, medan produktion passar bäst på en pc."

<http://www.idg.se/2.1085/1.461166/darfor-kan-kan-anvandarna-fa-problem-med-windows-8>



2012-08-27

Kännare på låtsas 2

Posted by Donald Broady 2012-08-27 09:26:46

Här fortsatta funderingar om tänkbara förklaringar till att ett magasin, som delas ut till de drygt 40 000 rikaste människorna i Sverige och inga andra, är utformat så att det torde stöta bort den del av läsekretsen som är konnässörer i fråga om vin, juveler, bilar, exklusiva ur eller annat som magasinet handlar om. Mysteriet tättnar ju mer man tänker på saken. Är det något särskilt med dagens överklass? På de flesta områden vore affärsidén otänkbar. Ingen skulle komma på idén att fabricera en gratispublikation om historia distribuerad till samtliga professorer i historieämnet och inga andra och innehållande glassiga bilder interfolierade av glesa texter författade av Herman Lindqvist.

I kommentarfältet till mitt förra blogginlägg om saken häromdagen fanns så tankvärda reaktioner att det är omöjligt att skriva korta svar. Därför följande harang.

Pi Mogensens kommentar ger mig anledning att undervisa litegrann. Ta inte illa upp, Pi. Ingen begär att en matematiker ska vara var hemtam med den sociologiska glosan kulturellt kapital. Bland alternativa definitioner tycker jag att den följande är den enklaste. Människor med mycket pengar har goda förutsättningar för att placera sig högt i den sociala hierarkin. Det är uppenbart. Mindre självklart är vilka andra slags tillgångar som ger tillträde till uppsatta positioner. Det är dessa "andra", det vill säga icke-ekonomiska tillgångar som kallas kulturellt kapital. När Bourdieu myntade termen under senare hälften av 1960-talet hade han funnit att det kulturella kapitalet utgjordes av sådant som kultiverat språkbruk, elitskoleutbildning och förtrogenhet med den s.k. finkulturen. Men det var där och då, i Frankrike för ett halvsekel sedan. Det är en uppgift för den empiriska sociologin att ta reda på vad det kulturella kapitalet är i Sverige i dag.

Min ursprungliga hypotes, att den primära målgruppen för magasinet Connoisseur är människor försedda med mer pengar än kulturellt kapital, leder till hypotes nummer två: kanske är överklassen i dagens Sverige inte (längre) lika tydligt kluven i å ena sidan en övervägande ekonomiskt bemedlad och å andra sidan en övervägande kulturellt bemedlad fraktion som står mot varandra? Och i så fall hypotes nummer tre: kanske en minskad spänning mellan överklassens två poler beror på att den förstnämnda fraktionen, den ekonomiska, är i färd med att ta makten helt och hållet? Det vore i så fall ett tänkbart svar på frågan varför Connoisseur vågar ta risken att väcka löje hos de senare, det vill säga de kulturellt

besuttna för vilka det framstår som pöbelfasoner att estimera dyra grejer för att de är dyra.

Tag som exempel ett stort uppslaget bildreportage (kanske reklam, omöjligt att avgöra) om nyproducerade armbandsklockor med i stort sett en enda sak gemensam, prislappen på ett par hundra tusen kronor (nr 2 2012 s 74-83). Bytesvärdet, priset, blir det allt överskuggande. Precis som i annonserna från Lidl, Grosshandlarn eller Galne Gunnar fast tvärtom. Somliga bland dem som får magasinet hemskickat vet säkerligen ett och annat om finare ur och kanske ärvt några sådana från tidigare släktled. Dessa konnässörer torde vara föga smickrade av att tillskrivas samma smak och kunskapsnivå som nyrika entreprenörer, förortsgangsters och fotbollsproffs.

Ett annat exempel är alla reportage/reklamslag om heminredning och möblemang - dyrt alltsammans och det mesta skinande nytt - som ideligen påminner mig om en replik som fälldes av en åldrig dam i hennes stora Östermalmsvåning när samtalet kom in på en annan familj med mer blygsamma anor: "Dom köper sina möbler!"

Dylika hållningar är inte (längre) något hot mot ett bolag som Connoisseur om den tredje hypotesen stämmer, det vill säga om det är så att det kulturella kapitalet trängs ut av det ekonomiska. Kultiverade överklassfamiljer får tycka vad de vill, ingen bryr sig. Eventuellt ogillande från det hållet torpederar inte bolagets affärsidé. Vilket nog hade inträffat ännu för ett par decennier sedan. I sin kommentar påminde Carl Erik Eriksson om en förgången tid då en tidskrift med samma namn åtnjöt förtroende bland konnässörer av konst och antikviteter.

En fjärde hypotes är förstås att det fortfarande existerar ett spänningsförhållande inom överklassen mellan det ekonomiska kapitalet och andra tillgångar som vi vant oss vid att kalla kulturellt kapital, men att den sistnämnda sortens tillgångar ändrat karaktär så till den grad att vi ännu inte kommit underfund med dem. Sociologer inom Bourdieutraditionen är sedan länge vana vid att leta efter socialt ursprung, elitskolebakgrund, språkbehärskning och så vidare. Nu pågår dessutom åtskilligt arbete med att mäta sådant som kosmopolitiskt kapital. Därutöver finns säkerligen mycket mer som vi ännu inte fått ögonen på men som bör räknas in i det kulturella kapitalet av i dag (om vi håller fast vid den enkla principen att låta termen kulturellt kapital beteckna de tillgångar inom maktfältet som står i motsättning till ekonomiskt kapital).

Åter till frågan om varför magasinet Connoisseur fabriceras och distribueras som det gör. Kanske ska det viktigaste svaret inte sökas i eventuella maktförskjutningar inom överklassen. Det kan vara oväsentligt hur tidskriften tilltalar den läsekrets den påstår sig ha. Carl Erik snuddar vid en mycket intressant hypotes som också Magnus Fredriksson lyfter fram i sin kommentar. Målgruppen är inte de som får magasinet i sin brevlåda. Målgruppen är annonsörerna. Om det är sant kan sociologiska undersökningar av läsekretsen och hur den använder magasinet aldrig förklara värst mycket. Här krävs avancerad fenomenologi. (För att fortsätta undervisa: fenomenologi handlar inte om hurdan världen är utan om hur den framträder för människor.) Magasinets utformning förklaras av den bild som bolaget och redaktionen gör sig av den bild som annonsörerna, marknadsförarna och annonsbyråerna gör sig av den bild som överklassen gör sig av vad som är åtråvärt i livet.



Kommentarer

Posted by Ulla V. 2012-08-27 13:22:35

Häromdagen var jag och handlade på H&M i Fältöverstens galleria. Framför mig till kassan stod en ung, mycket vacker kvinna med barnvagn. Hon hade på sig ett par tunna bomullsbyxor, en sandfärgad kasmirkofta och hennes axelremsväska var av märket Louis Vuitton. Barnvagnen var en lyxmodell, och denna kvinna handlade barnkläder för 400 kr.

Jag hade på mig ett par jeans från Lindex och en regnjacka av märket Everest från Stadium, och jag köpte en polotröja för 79 kr. Expediten behandlade oss två på helt olika sätt, vilket sårade mig en aning. Jag har för mig att Bourdieu skrev i Distinktionen att det är smaken som utgör skiljelinjen mellan de olika samhällsklasserna. Kan man tänka sig att magasinet Connoisseur är också ett bildningsprojekt, man vill på ett bekvämt sätt visa den kapitalstarka kundkretsen vad som är god smak?

Posted by Donald Broady 2012-08-27 17:05:18

@Ulla, du ställer en bra fråga. Man kan verkligen undra i vilken mån magasinet Connoisseur är ett uppfostransprojekt. Huvudsyftet är väl i så fall att devalvera värdet av att vara kännare i betydelsen kunnig. Eller mer generellt: att intala läsekretsen att det är onödigt besvär att lära sig göra distinktioner. Man kan få tillträde till överklassen ändå, helt enkelt genom att köpa saker som kostar mycket pengar. Av tradition menas med konnässör en person med god kännedom om ett område - cigarrer eller kläder eller vad som helst - som tack vara sin uppövade och raffinerade smak besitter förmågan att uppskatta det yppersta som där bjuds. Däremot har det inte nödvändigtvis ingått i definitionen att en

konnässör måste äga de ekonomiska möjligheterna att införskaffa vad som helst. För en konnässör är det inget fel att köpa billiga grejer, däremot en dödssynd att köpa dyrt och dåligt när bättre och billigare alternativ finns. En konnässör berömmar sig av att genomskåda alla säljknep och ser ned på medmänniskorna utan urskilningsförmåga som låter sig luras att välja inte de bästa cigarrerna eller kläderna utan de dyraste som marknadsförs aggressivast. I Stockholms stadsplanering verkar senare års omdaning av området mellan Norrmalmstorg och Humlegården vara led i samma slags uppfostringskampanj. Här saluförs framför allt kläder men finare skradderier eller specialbutiker för klädsnobbar saknas. De dyraste butikerna längs dessa gator (som kommer att bli fler, en expansion norröver förbereds) verkar vända sig till en ekonomiskt välbeställd kundkrets (och kulturellt förhållandevis mindre bemedlad, om min hypotes stämmer) som inte besväras av alltför välutvecklad egen smak utan låta inköpsställe och varumärkena garantera att persedlarna är riskfria. Men det är inte köparna vi ska fästa oss vid om vi vill förstå denna typ av butiker, som egentligen inte är försäljningsställen utan reklamplatser. Intäkterna behöver inte alls väga upp hyreskostnaden. I Saint-Germain-kvarteren i Paris inträffade samma omdaning långt tidigare då Louis Vuitton och haute couture-husen öppnade små butiker genom vilkas oproportionerligt stora skyltfönster (självfallet inga skyltskåp som i forna tider, och heller ingen insynsbegränsande skyltning) förbipasserande kan beskåda de sparsmakat exponerade varorna, den exklusiva kundkretsen och den eleganta personalen. Däremot syntes inga kassaapparater och kreditkortläsare - alla påminnelser om verksamhetens krassare aspekter gömdes under disken. Detta är bara ett par exempel på den konsument- och smakfostran som av allt att döma varit effektiv. Flertalet medborgare tycks ta sakernas tillstånd för självklart. Bara bruksvärdets vänner lider.

Posted by Sverker 2012-09-02 09:54:48

Jag tror att svaret har att göra med ett djupt liggande problem i Bourdieus idéer om det kulturella kapitalet, nämligen frågan om hur människor förhåller sig till sitt eget kapital. Tittade just igenom *The Logic of Practice* och det är slående hur han genomgående fränkänner människor förmågan till distans och reflektion. Detta hänger ju sedan tätt ihop med att precis dessa förmågor spelar en så viktig roll för att särskilja forskarens egen, hans egen position. Jag tycker det är märkligt att han å ena sidan kan ägna sådan enorm och skarpsinnig energi åt att avslöja alla de effekter och misstag som tenderar att orsakas av själva den reflekterande positionen och praktiken, och att det ändå inte slår honom att själva begränsningen av detta sätt att relatera, i syfte att göra "de andra rättvisa" kan vara ytterligare precis ett sådant misstag. Och detta är ju precis invändningen från tex Rancière och Boltanski. Poängen är väl ungefär att folk i allmänhet även de är skolastiska i sitt sätt att tänka om världen och sig själva. (Och sedan, på motsvarande sätt, att forskare även de är invävda i sina praktiker...)

Ditt offentliga gillande av Conan the Barbarian på FaceBook är ett bra exempel. Passar det verkligen med ditt kulturella kapital? Och om matchningen är lite tveksam - varför skylta med det? Skulle inte detta kunna påverka relationen till dina professorslikar negativt?

Jag tänker att Bourdieus ramverk, där kapitalet är en sorts substans som människor bär på, inte som vatten, men på samma sätt som pengar, pekar mot en sådan, uppenbart felaktig tolkning.

Jag tänker att man kan förstå det hela bättre om man tar in distans och genomskådande i beräkningen. Hur kan man utvinna njutning ur sitt kapital? Av att man vet att man "har det", men samtidigt inte är (tänker man sig) fångad av det. Och, finns det inte sätt att både genomskåda det låga och billiga, och samtidigt hänge sig åt det? Att göra det, utan att göra det på allvar, så att man för sig själv "liksom" inte gör det.

Kan man inte förstå Connoisseur på det sättet? Att det är själv motsägelsen mellan innehållet och positionen hos mottagarna som genererar tidningens attraktionskraft; att den tillåter dem att få två saker i ett, både erkännandet som hänger ihop med deras faktiska sociala och ekonomiska position, och ett tillfälle att genomskåda och ställa sig vid sidan om denna position, ett tillfälle att "se ner" på den vulgära smaken, eller, som du ju gör, att "analysera" den med hjälp av någon teori man tycker om.

2012-08-21

Kännare på låtsas 1

Skapad av Donald Broady 2012-08-21 22:02:47

bläddrar i de senaste numren av magasinet *Connoisseur* som jag inte blir klok på.

Affärsidén är lätt att fatta. Annonsörerna kan förväntas betala rejält för att nå rika människor och inga andra: "Connoisseur distribueras till de ca 37 000 personer i landet som har en deklarerad inkomst över 1,2 miljoner samt 4 500 individer som får magasinet på grund av en personlig förmögenhet överstigande 5 miljoner. Totalt 41 500 ex."

Svårare är att förstå hur magasinet används. Fastän varje nummer är runt 150 sidor tjockt går det kvickt att läsa. Bilder mest, till stor del reklam för dyra armbandsur, dyra bilar, dyra köksattiraljer, vin, parfym, smycken och liknande.

Artiklar finns också, med få undantag gles text över en eller ett par sidor. Föga substantiellt innehåll.

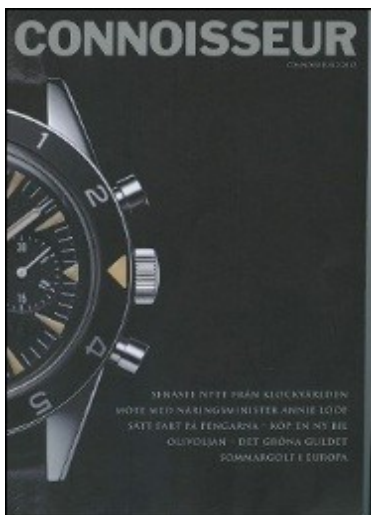
Tilltalet är intressant. Det förpliktande namnet Connoisseur till trots riktar sig magasinet uppenbarligen inte till kännarna som vet något om bilar eller gastronomi. Tvärtom, den fundamentala idén bakom tilltalet verkar vara att inte kräva några förkunskaper av läsarna. Och de talrika korta intervjuerna med framgångsrika företagsledare eller politiker innehåller förbluffande lite om vad de gör. Däremot framgår att de är just framgångsrika och de tillåts uttala ord som mer sofistikerade talare och skribenter skyr: arbetet är "tufft" och "en utmaning" men de "brinner" för saken, vill "göra skillnad" och "bygga varumärke". Lågstatusmarkeringar, kan tyckas. Liksom det som skrivs om parfym sorter, vindistrikt i Italien eller resmål i olika världsdelar - alltsammans påfallande ytligt, som vände man sig till läsare i avsaknad av egna erfarenheter och kunskaper om saken.

Gåtfullt! Tilltalet hade varit begripligt ifall läsekretsen varit medborgare som inte själva konsumerar hummer och champagne men är beredda att betala för fantasier om en exklusiv värld utom räckhåll för dem själva. Det vill säga det primära kundunderlaget för magasinerna om Hollywoodcelebriteter, kungligheter, lyxmat eller herrgårdar. Men Connoisseur förekommer inte i pressbyrå och det går inte att prenumerera.

Inte heller kan tilltalet förklaras av slapp redigering. Tvärtom, magasinet är påkostat och framställt med uppenbar omsorg. Det vore kul att veta hur redaktionen arbetar. Ett lämpligt ämne för en masteruppsats i kultursociologi. En fråga att starta med är varför redaktionen anstränger sig så hårt för att inte vända sig till läsare som är kännare. Mycken redaktionell möda måste krävas för att stöpa om intervjuer med experten på olivoljetillverkning eller intressanta figurer ur näringslivet eller politiken som säkert har mycket på hjärtat så att slutresultatet mest blir trivia och wikipediaallmogods, jämte anslående bilder förstås.

En hypotes är att den ovan citerade beskrivningen av målgruppen är vilseledande. Låt vara att magasinet postas till alla svenskar med gott om pengar men, vilket är min hypotes, den faktiska målgruppen är bara en delmängd därav, nämligen människor som utöver sina ekonomiska tillgångar utmärks av att de besitter förhållandevis obetydligt kulturellt kapital.

Om hypotesen stämmer inkluderar målgruppen inte miljonärerna som tillika är kulturellt bemedlade. Vilket nog inte hindrar dessa från att bläddra i magasinet och finna en morbida förnöjelse i att göda sitt förakt för rövarbaronernas och parvenyernas avsaknad av urskilningsförmåga och tilltro till att de dyraste grejerna är de mest åtråvärda. Men målgruppens kärna består förmodligen av människor som inte skulle ha något emot att äga en flaska parfym för 50 000 kronor (nr 4 2011 s. 92) eller åka runt i en nyproducerad Bugatti Veyron Grand Sport Vitesse för 23 miljoner kronor (nr 2 2012 s. 68).



Kommentarer

Skapad av Finn Calander 2012-08-21 22:18:47

Salve! Intressant analys. Tidskriften vänder sig m.a.o. till le Nouveau Riche (franska är inte ett språk jag behärskar). Påminner mig om min klasskamrat (enbart i de skolmässiga betydelsen) Ulf X vars far hade blivit miljonär på hantering av skrot. Sonen var fullkomligt besatt av taxeringskalendern + skryt om den lyxiga villan etc. Ulf X hade dräglat lika intensivt över materialet i Connoisseur som över materialet i den samling av Piff, Raff och liknande publikationer han var en ivrig läsare (?) av.

Sura Gubben kan med fördel ta del av allas vår egen superhjälte Kapten Stofils (världens främste bakåtsträvare) kamp

mot den s.k. utvecklingen.

Posted by Donald Broady 2012-08-22 09:21:09

@Finn, ifall hypotesen stämmer blir nästa fråga hur Connoisseur kan kosta på sig att så att säga välja bort kännarna. Med andra ord, varför ta risken att väcka löje hos de mer kultiverade delarna av överklassen? I ett annat samhälle och en annan tid vore ett dylikt projekt dödsdömt om det fick bildningsborgerskapet mot sig. Så inte i Sverige i dag, tydligen. Vad jag förstår är Connoisseur ett framgångsrikt bolag, med starkt expanderande medlemsklubb etc. Ett svar på frågan kan vara ett fenomen som vi upptäckt i våra kultursociologiska undersökningar, nämligen att den ekonomiska eliten på senare år tycks ha förstärkt sin dominans över den kulturellt bemedlade överklassen och kultureliten. I så fall utvidgas de kretsar där det smäller högre att äga dyra grejer än att vara kännare. Bytesvärdets seger över bruksvärdet.

Posted by mgnsfrdrkssn 2012-08-22 10:02:19

En annan tänkbar analys är att det redaktionella innehållet uteslutande är utfyllnad mellan annonserna. Därmed är innehållets uteslutande funktion att fungera som bekräftelse åt annonsörer vilket gör att presentationen är av mindre betydelse det viktiga är att artiklarna handlar om rätt saker.

Posted by Donald Broady 2012-08-22 10:29:49

Tack mgnsfrdrkssn (vem är du irl?) för mycket intressant hypotes: att målgruppen för det redaktionella materialet inte är de drygt fyrtio tusen rika svenskar som får magasinet i brevlådan utan annonsörerna! Mycket rimligt. Att jag inte tänkte på det.

Posted by Carl Erik Eriksson 2012-08-22 14:36:46

Den ursprungliga tidskriften som startades vid förra sekelskiftet var en guldgruva när det gäller artiklar om antikviteter och konst. Dessutom mycket referat från de stora auktionshusens försäljning med prisuppgifter på intressanta objekt. Mamma o pappa hade den och jag har säkert 5 löpmeter inbundna gamla ex. Den tidning med samma namn som skickas ut gratis nu är nog helt ämnad åt att glädja annonsörerna - det är ju de som betalar allt och så länge de tror att de får något för sina pengar så funkas konceptet. Det finns en del trycksaker typ denna (och även Rotary Norden) som förpassas direkt från brevlådan till returpapperskärlet utan att öppnas.

Posted by Donald Broady 2012-08-23 09:13:04

Tack Carl Erik, intressant historisk bakgrund! Historien om de magasin som hetat Connoisseur verkar illustrera vår hypotes om det ekonomiska kapitalets tilltagande dominans över det kulturella kapitalet. Med andra ord att den del av överklassen som besitter magra kulturella resurser men desto mer pengar stärkt sitt övertag över dem med betydande kulturella tillgångar vid sidan av de ekonomiska. Den sistnämnda delen av överklassen, motsvarande vad som förr kallades bildningsbourgeoisien, är i Sverige lite speciellt i jämförelse med många andra länder, bland annat eftersom läkardynastierna så tydligt tillhör dess kärntrupper. Därför är det kul att du berättar om innehållet i dina föräldrars bokhyllor. Och i dina.

Posted by pi 2012-08-24 14:26:14

Det är ganska många veckotidningar som man bläddrar i mest för att titta på bilderna. Paradexemplet är för mig National Geographic som jag bläddrat igenom många nummer av, men aldrig läst någon artikel i; hänförande bilder av Galapagos, av konstiga djur eller från vulkanutbrottet på Mt Helen – huruvida artiklarna håller samma nivå som bilderna har jag ingen aning om. Då man åker tåg (eller än mera flyg) brukar man kunna hitta en publikation i stolsfickan framför som bara innehåller bilder - men alla föreställer varumärken. Troligen effektivt, eftersom resor kan vara långtråkiga och man alltså motvilligt bläddrar igenom dessa trista alster som man annars inte skulle ägnat en sekund av sin uppmärksamhet.

Då det gäller Konnässör (som jag inte sett) så gissar jag att upplägget är inspirerat av både National Geographic och flygreklamen, man visar vackra bilder från en annan sorts exotiska miljöer innehållande statusvaror, och maskerar att det handlar om reklam med redaktionell text. Ingen förväntas läsa texten, men man noterar kanske rubriken och ingressen. Mer effektivt än en slogan eftersom läsaren sänker garden inför det som ser ut som artikeltext. Det viktiga är för övrigt inte att du köper en Bugatti, utan att hela publikationen gör reklam för en konsumtionsinriktad livsstil. En liten undran förresten; vad är kulturellt kapital? Är det att kunna citera Shakespeare, att veta vilka 1890-talsviner som är godast till ostron, att se var felet ligger som gör att motorn inte startar, att arrangera en hävert som tömmer regntunnan automatiskt eller att välja rätt sorts kitt då man fixar fönstren på fritidshuset?

Andreas Melldahl, 2012-08-21

Har slagits av samma sak: namnet rimmar illa med innehållet som framför allt premierar det ytliga och alltför uppenbart vräkiga (som om redaktionen lägger större delen av arbetstiden på att googla olika efterled till "världens dyraste..."). Hade även nöjet att - under ett tillfälligt arbete på en tidningsdesignbyrå - tala med dåvarande chefredaktören, som meddelade sig vara mycket nöjd med tidningens utformning. Vi förmögenhetsintresserade undrar

ju dessutom förstås hur de i dagens läge får reda på vilka som har en personlig förmögenhet på minst fem miljoner när förmögenhetsskatt och därmed förmögenhetsregister saknas.

Raoul Galli, 2012-08-21

Den här raden skulle man kunna vara riktigt elak med :)

"Till Sveriges finansiellt mest framgångsrika personer tillhandahåller Connoisseur information, avkoppling och unik service som med respekt för deras intellekt och sofistikaion stimulerar och skapar nyfikenhet."

(<http://www.connoisseurint.se/products.php>)

Kristina Chalmain, 2012-08-21

Det är ju ytan som räknas... att ha den framme på soffbordet :)

Donald Broady, 2012-08-21

@Kristina, min hypotes är att den kulturellt bemedlade delen av överklassen aldrig skulle använda magasinet på så vis. För dem vore det deklasserande att ha det synligt på soffbordet. -Mitt hem är ingen jävla tandläkarmottagning. Men det är bara en gissning, vore kul att undersöka.

2012-08-08

Bruksvärdeslöften

Posted by Griniga gubben 2012-08-08 13:20:31

försöker begränsa den okontrollerade tillväxten av cellulosaformationerna i arbetsrummen härhemma. Frågan om vad som egentligen är bruksvärden ställs på sin spets. Tvingas inse att rätt mycket av samlingarna kan undvaras. Förbereder några vändor till Myrorna med bilen fullproppad av papperskassar med skrifter utan bruksvärde för mig själv och alla jag känner. Åtskilligt har faktisk aldrig haft något egentligt bruksvärde. Inte ens skrytvärde, få är de besökare som haft ärende längst in i de dammiga katakomberna i källaren.

För att förklara dessa böcker förekomst i samlingarna måste man skilja mellan bruksvärden å ena sidan och bruksvärdeslöften å den andra. Böcker som jag knappast öppnat har varit bärare av bruksvärdeslöften, förhoppningar om allt det underbara som väntade den dag när jag på allvar skulle fördjupa mig i någon länge sedan bortglömd tysk filosof, folkliga traditioner på Aranöarna, PHP-programmering eller det kabylliska språkets ordsfatt. Att den dagen ännu inte kommit och sannolikt aldrig kommer är svårt att acceptera. Det som smärtar är att göra sig av med bruksvärdeslöftena, inte kasta böcker.

Känner mig befryddad med Leslie Bairstow, den brittiska paleontologen och storsamlaren av bläckfiskfossil som utanför kretsen av belemnitexperter är berömd för en enda sak, att ha efterlämnat en låda med etiketten "Snören för korta att användas".



Kommentarer

Sverker Lundin

Bruksvärdeslöften tycks nära förbundna med fenomenet interpassivitet. :)

Donald Broady

Ja men Žižek tänkte sig väl att interpassiviteten brett ut sig på senare år, under den digitala epoken? I så fall visar mina upplevelser att den även drabbar gubbar som fortfarande läser böcker.

Sverker Lundin

Robert Pfaller tar specifikt upp akademikernas interpassiva bokläsande framför kopieringsmaskinen, på antikvariat, och för mig då - lite modernare - surfandes runt bland piratkopierade böcker på Internet. Du är inte ensam!

Donald Broady

Skönt att veta

Ingrid Atlestam

dessvärre har böckerna ofta ett affektionsvärde antingen man läst dem eller inte, förknippade med en viss händelse, tid eller person, känns som att göra sig av med en del av sitt liv, men det börjar väl bli dags för det.....

Peter Mogensen

Bruksvärdeslöften tycks mig vara en sällsynt lyckad term, långt ifrån begränsad till blott olästa böcker och för korta snörstumpar (!), men på min mormors landställe fanns stora bokhyllor som det var en ritual att skanna igenom varje kväll fastän man visste att 98 % av dem skulle bli olästa (iaf av mig). Då min mormor gick bort togs hyllor med innehåll bort, varefter kvällsläggningen reducerades till en mer animalisk procedur.

Gunnel Atlestam

Även bruksvärdeslöften kan gå i arv. Jag har några av morfars ouppsprättade böcker i bokhyllan ...

2012-08-03

Sprittflickor

Tidskriften *Filter* bjuder på läsvärda reportage och låter skribenterna breda ut sig över ett flertal sidor. Det ena har säkerligen samband med det andra.

Nu senast berättar Malin Ekman i nr 27 (aug-sept 2012) under rubriken "Sprittflickorna" om en besynnerlig yrkeskategori i New York. Deras jobb var att vara trevliga och att se vackra, unga och svenska ut medan de drog runt på trendiga hak i syfte att locka gäster att förtära och tänka väl om Absolut vodka. Arbetsgivaren var Pernod Ricard, den koncern till vilken svenska staten 2008 sålde Vin & Sprit inklusive varumärket Absolut Vodka. Redan 2009 anställde Pernod Ricard de första Absolut Vodka Brand Ambassadors vilka som mest tycks ha varit sexton till antalet innan verksamheten upphörde 2011. En ambassadör avverkade något tjog klubbar och barer per dygn och fick skäll om hon inte förbrukade sin månatliga budget på 20 000 dollar i huvudsak avsedd för spritinköp. Ett helrör Absolut kunde skickas till borden där någon celebrity satt med sitt entourage. Den coolaste killen i baren kunde identifieras och *approcheras*, ett samtal om vodkasorter inledas, och så vidare.

Bland dem som intervjuas i artikeln är Peter Ekerlund från gänget som satte igång marknadsföringssuccén Absolut för sådär trettio år sedan. Han ryser vid tanken på Sveriges tillstånd på den tiden: "Grått och risigt och dammigt. Du kan säga att det var ett land där att hålla på med något så konstigt som och fuffens som varumärken ansågs på gränsen till ohederligt."

Framgången för varumärket Absolut ger anledning till besvärliga frågor om förhållandet mellan bruksvärde och bytesvärde. En utanförstående observatör utan inblick i tillverkningsprocessen drabbas av misstanken att en viss obalans råder mellan ena sidan de omsorger som ägnas åt smak, lukt, utseende, konsistens och berusningseffekt, det vill säga bruksvärde i snävaste mening, å andra sidan ansträngningarna för att öka bytesvärdet, ytterst försäljningsvolymen och vinsten. Men en sådan syn på bruksvärde vore alltför snäv. Bruksvärden är relaterade till människors behov, och fallet Absolut visar att det uppenbarligen existerar människor i behov av ett attribut som signalerar delaktighet i en alldeles särskild livsstil (dyr och mondän, och samtidigt okontroversiell och tryggt mainstream, med en smula inslag av det nordiska, kyliga, rena och oförfalskade - det är väl ungefär den kombinationen som marknadsföringsstrategerna lyckats åstadkomma).

Knepigt för bruksvärdets tillskyndare, bland vilka det finns gott om griniga gubbar som tror sig sitta inne med sanningen om vad som är riktiga, genuina, autentiska bruksvärden - en naiv föreställning förstås, alldeles ohållbar om man analyserar saken närmare. Den hundrafemtio år gamla diskussionen om relationen mellan bruksvärde och varuform måste fortsätta.



2012-08-02

Bruksvärdets fiender 3: politiker

Posted by Griniga gubben 2012-08-02 11:16:0

Till bruksvärdets fiender hör partipolitiker som låter den egentliga politiken - bruksvärdet om man så vill - komma i andra hand och främst månar om politikens bytesvärde, det vill säga mängden väljarsympatier och röster i val. Med resultat att det senare får styra det förra. Synnerligen vanligt förekommande.

Somliga partiföreträdare blygs inte alls för att berätta att de tänker så. I dagens SvD (2 aug 2012) ger Martin Kinnunen,

pressansvarig för SD, följande svar på frågan varför hans parti avstår från att delta i Pride-paraden i Stockholm i övermorgon: "Vi har aldrig sett det behovet. Man måste ha ett marknadstänk: är det vår målgrupp av väljare?"



Kommentarer

posted by pi 2012-08-02 11:45:43

En banal kommentar, men den är svår att bortse från: det finns säkert politiker som sätter bruksvärdet främst. Men de kommer inte in i riksdagen. För att komma dit måste man satsa på bytesvärdet. (Litet ovanligt med en riksdagspolitiker som erkänner detta.)

Skapad av Anna Brodow Inzaina 2012-08-02 12:41:23

Jag tänkte också på detta, uppmärksam som jag har blivit på att studera "marknadsföringstänkets" inflytande över olika verksamheter. Tänk så långt från 1970-talets politik vi är, då kunde Palme uppträda med skrynklig skjorta och ägg på slipsen. Det viktigaste för honom var att få framföra sin politik. Nu är det andra bullar: mediaträning, retuscherade valaffischer, strömlinjeformade budskap ... och retorikexperter! Ingen valrörelse eller Almedalsvecka utan att en retorikexpert bedömer deras framträdanden med poängsättning.

2012-08-01

Idrott och hälsa

Posted by Griniga gubben 2012-08-01 11:55:02

inser att OS ingår i underhållningsindustrin och att idrott och hälsa nuförtiden sällan har något med varandra att göra. Ändå är valet av sponsorer bland födoämnesproducenterna lustigt: Coca Cola, Cadbury, McDonalds
Bilden hämtad från <https://www.facebook.com/TRAPTheRealArtofProtest>



2012-07-30

Bruksvärdets fiender 2

Posted by Griniga gubben 2012-07-30 12:40:18

Bruksvärdets fiender utsätter medmänniskorna för säljbudskap som dessa aldrig bett att få ta del av. Ett anstötligt beteende, tycker Griniga gubben. Han sörjer särskilt över att inte bara säljare ägnar sig åt detta oskick utan även medborgare i allmänhet. De går omkring på stan iförda tröjor eller fotbeklådnader med varumärken på. Och de skickar meddelanden undertecknade "Skickat från min iPhone" eller "Skickat från min Xperia". När han får budskap av den sistnämnda sorten undrar han varför i övrigt förnuftigt folk behåller sin telefons fabriksinställning. Det tar inte många sekunder att en gång för alla radera reklambudskapet eller ersätta det med "Skickat från Nisse". En källa till tröst är August Strindbergs brev, utgivna i tjugotvå band, som bjuder på en rikedom av hälsnings- och avslutningsfraser avpassade till ärende och mottagare (Kerstin Dahlbäck kunde på 1990-talet skriva en hel bok därom fylld med frekvenstabeller). Oavsett hur breven slutar - "Eder tillgifne Agust Strindberg" eller "Hastl. Vänl. Aug Sg", bara

"August" eller "Sg." eller påhittigare formuleringar - framgår ändå alltid vilken människa som är avsändaren. Inget enda brev avslutas med tillkännagivanden i stil med Avsant från mina papper av fabriket Lessebo och min penna av fabriket Waterman inköpt i Frans Svanströms bod på Myntgatan.



Kommentarer

Posted by piphone 2012-07-30 16:42:39

jag tror han är produktansvarig för gula bikupor.

Posted by Griniga gubben 2012-07-30 14:35:55

Griniga gubben är en surpappa som inte unnar mobilfabrikörerna den marknadsföring de får till skänks av miljoner slöfockar som inte bryr sig om att ändra den fabriksinställda avslutningsfrasen i sina telefoner. Inget fel i att gilla sin Iphone. Strindberg älskade uppenbarligen sina pappersark av sorten Lessebo Bikupa gul men lät annat styra hur han avslutade sina brev.

2012-07-25

Varumärkenas fält

Posted by Griniga gubben 2012-07-25 15:29:55

Socialantropologen Raoul Galli vid Stockholms universitet tillhör dem som verkligen lyckas åstadkomma förklaringar till det som sker inom reklamens, marknadsföringens och varumärkenas fält. Fredagen 14 september 2012 ska han försvara sin doktorsavhandling *Varumärkenas fält. Produktion av erkännande i Stockholms reklamvärld*.

Lyssna till den senaste intervjun <http://reklamradio.se/> och se även <http://www.socant.su.se/forskning/vara-forskare/raoul-galli>



2012-07-25

Klagovisa om lax

Posted by Griniga gubben 2012-07-25 12:35:16

Vid frukosten tar Griniga gubben som vanligt med njutningsblandad avsky del av morgontidningarnas senaste bulletiner om hur bytesvärdet ges företräde på bruksvärdets bekostnad. De senaste dagarna har det handlat om laxindustrin.

Hittills har han naivt antagit att paketen med fyra små inplastade djupfrysta laxbitar som han ofta bär hem från

matbutiken tillhör kategorin oförstörda råvaror. Han har varit glad att det trots allt är möjligt att hitta sådant i utbudet av mestadels förstörda råvaror. Tills han häromdagen läste följande.

http://www.svd.se/mat-och-vin/frysta-laxfileer-badar-i-vatten_7361360.svd

Somliga fabriker injicerar således koksaltlösning i sina laxbitar. Vilket inte ens behöver anges i innehållsförteckningen så länge mängden understiger 5 procent. Framöver blir det till att inhandla färsk lax vid fiskdisken. Trodde han fortfarande i går men i en av dagens tidningar står att läsa:

http://www.svd.se/mat-och-vin/dagens-lax-mindre-nyttig_7369276.svd

Alltså, halten omega-3 i norsk odlad lax (som utgör 95 procent av all lax som ätes i Sverige) har halverats under de senaste tio åren. Laxens rika innehåll av denna fleromättade fettsyra har varit det främsta argumentet för att den skulle vara hälsobringande. Orsaken till minskningen är fodret, bland annat allt mer majsmjöl.

Att det är något skumt med majsmjöl lärde han sig av Robert Kenners utmärkta dokumentärfilm Food, Inc. från 2008 där det framgick att ofantliga kvantiteter majsmjöl används i produktionen av nästan all industriellt framställd mat och dryck i USA. Inte bara i djuruppfödning utan även som tillsats i de mest oväntade och som det förefaller omotiverade sammanhang. Som sötningsmedel inte minst. Ty majsmjöl är visserligen inte särskilt näringsrikt men extremt billigt (mycket billigare än socker), vilket i USA förstärks av kraftiga statliga subventioner till majsproducenterna och även till sojaproducenterna. Över 90 procent av alla ätliga och drickbara produkter i supermarkets i USA innehåller majs eller soja, hävdade Kenner.

(Han är medveten om att det var illa förr när rovfiskeindustrin fick leverera fodret till laxodlingarna. Men även om majsmjöl i ett ekologiskt perspektiv eventuellt inte är värre än fiskmjöl, tycker han att problemet verkar vara att den norska laxodlingsbranschen ökat sin försäljning mycket snabbare än tillgången på vettigt käk till fiskarna. Från 360 000 ton lax år 2002 till 840 000 ton i dag. Och 2 500 000 ton år 2025 tänker sig branschen. Allt enligt dagens SvD.)

Griniga gubben gillar SvDs (i detta avseende klart överlägsen sin föregivet liberalare konkurrent) kritiska granskningar av skurkarnas förehavanden i den rådande politiska ekonomin. Men han retar sig på att SvD i presentationen av de egna produkterna, det vill säga nyheterna och kommentarerna, ibland ger bytesvärdet företräde framför bruksvärdet. Detta företräde manifesteras bokstavligen då han på SvDs webb klickar på en länk som utlovar en videointervju med en fiskhandlare som ska förklara hur man skiljer bra infrysad lax från dålig dito:

http://www.svd.se/mat-och-vin/molinder-om-lax_7351960.svd

Men ingen intervju startar utan i stället ett inledande infantilt reklamslag som inte har det ringaste med lax att göra. Det verkar handla om golf eller fläktsystem, Griniga gubben vill inte veta vilket. Han är angelägen om att aldrig någonsin i sitt medvetande ta in namnen på de produkter som oönskad reklam försöker lura honom att ödsla sin uppmärksamhet på. Han hinner stänga fönstret innan något varumärke dyker upp. Tyvärr får han inte lära sig att skilja bra lax från dålig.



2012-07-22

Böcker man kan vara utan

Posted by Griniga gubben 2012-07-22 20:17:08

Somlig skönlitteratur ges ut inte för att författaren har något att säga utan för att förlaget eller författaren räknat ut vad som bör stå i boken för att den tilltänkta läsekretsen ska bli tillfredsställd. I en sådan bok behöver man inte läsa länge för att stöta på avsnitt där det skiner genom att författaren försökt kalkylera effekten på läsaren. Nu ska läsaren bli lite gripen, nu en smula äcklad, nu erbjuds läsaren möjlighet att identifiera sig med någon av personagerna eller ett tillfälle att känna sig smart eller lärd. I svenska så kallade deckardrotningars produkter förekommer med jämna mellanrum två och en halv sida relationsproblem inkluderande separationer eller graviditetsproblem som inte har med intrigen att göra, förmodligen för att hålla kvar det kvinnliga läsarsegmentet i åldrarna mellan 30 och 40.

Griniga gubben slår igen en sådan bok när han kommer till den första kalkylerande passagen och droppar den i papperskassen som ska till Myrorna. Han är känslig och tar illa vid sig av att bytesvärdet tillåts regera över bruksvärdet.

Faktiskt har det på sistone allt oftare inträffat att han av just detta skäl måste ge upp läsningen av nya svenska böcker redan efter ett fåtal sidor, kanske beroende på hans tilltagande stingslighet men det kan också vara så att det kalkylerande skrivsättet blivit vanligare på senare tid. I så fall vilar förmodligen en stor del av skulden på creative writing-kurserna.



Kommentarer

Posted by Pi Mogensen 2012-07-23 20:06:20

Hmmm, beskrivningen av drottningdeckare känns blott alltför träffande. Och inte bara där, i Salandertriologin finns en bihandling med manliga huvudpersonens förhållande till en gift kvinna som dennas äkta man inte misstycker till, en parallell story som enligt min uppfattning kunde rensats ut eftersom den inte tillför något alls.

Men böckerna man gillar, är det inte samma med dem; bara att man inte genomsådar det. Författaren har skapat en situation som jag finner det lustfyllt att leva mig in i, om detta sedan skett med kall beräkning från skribentens sida eller av gudomlig inspiration, spelar det någon roll för mig som läsare? "That willing suspension of disbelief", det känns som en viktig del i fiction av både lättare och tyngre slag.

Posted by Griniga gubben 2012-07-23 21:58:51

Jo men Pi, visst är det ändå skillnad på författare som har något på hjärtat varav läsaren berörs, och författare som tänker ut vilka effekter boken ska få på läsaren och avpassar skrivandet därefter. Mot den sistnämnda sorten har Griniga gubben utvecklat en allergi. Sådan litteraturproduktion har förstas alltid varit omfattande men han tycker att förhållningsättet, inriktningen på kundnöjdhet, verkar breda ut sig - vilket han misstänker delvis beror på vad författarkurserna lär ut. (Som vän av bruksvärdena vill han också skylla på bytesvärdeslogikens allmänna utbredning, dvs att värdet alltmer bestäms av efterfrågan på en eller annan större marknad, eller snarare av marknadsprognoserna.) Som läsare avskyr han när författare har avsikter med honom, när det märks att de kalkylerat med att han ska uppleva det här avsnittet som pirrigt, det här som småäckligt, den här romanfiguren som mångbottnad och att den här topiken få honom att känna sig intelligent. Håll fingrarna borta från mina känslor vid läsandet! skulle han vilja ryta åt författaren. Den saken sköter jag själv. Ditt jobb är inte att förutse läsarens reaktioner utan att skriva bra litteratur.

Posted by Pi Mogensen 2012-07-25 00:40:36

Aber doch, klart att det är skillnad! Likaväl som jag vill ha mellanmjölk om jag köper det, så vill läsaren av en kioskdeckare ha en cliffhanger på slutet; deckarläsaren blir arg om texten är skriven på blankvers eller fylld med fotnötter som refererar till Spinoza och Kant. (Det finns en rätt kul passage i Somerset Maughams novell "The Achilles Statue" där en hängiven deckarentusiast ger en bruksanvisning för hur en bra kriminalroman skall se ut.)

Det stör mig inte så mycket att vissa böcker innehåller mellanmjölk, däremot blir jag irriterad då litteratursidorna prisar dem som om de vore årgångsviner.

Posted by Griniga gubben 2012-07-25 19:16:17

@Pi, griniga gubben har snöat in på dialektiken mellan bruksvärde och bytesvärde. Han har inga invändningar mot att författare följer låt säga detektivromanernas genrekrav. Vad som får honom att slå igen en bok, avsett genre, är när det märks att författaren låtit sina marknadsprognoser styra skrivandet, det vill säga försökt räkna ut hur läsaren effektivast ska påverkas. Den sortens ofog förekommer i alla genrer, inte bara bland populärkulturproducenter utan också bland författare med intellektuella pretentioner som är ivriga att marknadsföra sig hos den kulturellt bemedlade publiken. Och det finns förvisso bra deckarförfattare (såsom Kjell Eriksson, en av Griniga gubbens favoriter) som gör sitt skrivjobb, åstadkommer utomordentliga deckare (med genrens egna mått mätt) och avhåller sig från att beräkna effekterna på läsekretsen.

2012-07-22

Självrannsakan

Posted by Griniga gubben 2012-07-22 14:56:14

Griniga gubben ägnar en stund åt självrannsakan. Varför känner han sig kallad att träda till bruksvärdets försvar och varför blir han så störd när han hamnar i situationer där bytesvärdet sätts främst? Hittills har han kommit på två förklaringar.

Den ena är av systemkaraktär. Själv är han ingen forskare. Han klagar gärna på saker men överlåter åt andra att

undersöka dem. Men han fascineras av vad kultursociologer och utbildningssociologer i vänkretsen berättat om den pågående titaniska kraftmätningen i samhället mellan det kulturella kapitalet och det ekonomiska kapitalet. Tecken tyder på att det ekonomiska kapitalet fortlöpande stärker sitt herravälde, i Sverige liksom annorstädes i världen. Det kulturella kapitalet har trängts tillbaka på många områden. Självklart då att sociala grupper som bygger sin ställning främst på innehav av kulturellt kapital - det vill säga utbildning, förtrogenhet med konst, litteratur och vetenskap etc - känner sig manade till motståndskamp. Till detta läger hör Griniga gubben som alltid tyckt att bildning smäller högre än pengar. I ett sådant systemperspektiv blir han tilldelad sina preferenser, han väljer dem inte.

En mer personlig och föga vetenskaplig förklaring är att Griniga gubben plågas av att vistas i sammanhang styrda av bytesvärdets logik. Han önskar en smula frirum i sin vardag och är på jakt efter praktiska lösningar. I synnerhet är han i behov av skyddsanordningar. Han vill kunna avvärja oönskade säljbudskap (och mer allmänt sagt skydda sig mot stöldligorna som, även om de inte lyckas pracka på honom sina varor eller tvinga honom att välja apotek eller pensionsfond, framhärdar i att försöka stjåla hans uppmärksamhet). Han vill undvika dålig mat, dåliga kläder, dåliga filmer, dålig forskning, dålig journalistik, dåliga politiska budskap, dåliga levnadsråd och allt annat dåligt som produceras inte i första hand för sitt bruksvärdes skull utan primärt för att någon kalkylerat med att det finns en efterfrågan, en avsättningsmarknad där det kan försälas eller spridas på annat sätt. Denna avsättningsmarknad tänker jag inte vara delaktig i, lovar Griniga gubben sig själv.



Kommentarer

Posted by Donald Broady 2012-07-23 10:31:16

Eftersom Griniga gubben uppenbarligen är oförmögen att placera in sig själv i sociala sammanhang begriper han inte att hans förklaring nummer två bara är en underavdelning till förklaring nummer ett. Dessutom är hans jeremiader om det stackars exploaterade bruksvärdet och det ondskefulla bytesvärdet mer än lovligt förenklade. Han låter sig uppfyllas av det obehag han erfar i den rådande kulturen, för att citera Freud. Och genom sin koketta insisterande på att han inte är någon forskare stänger han vägen till den mer sofistikerade förståelse som kultursociologin erbjuder. Nämligen att bytesvärdet kan analyseras som symboliskt kapital. Att penningen fungerar som den allmänna värdeekvivalenten, i den rådande samhällsordningen, är i sig inte av ondo. Det bedrövliga är att andra arter av symboliskt kapital så ofta reduceras till just allmänna värdeekvivalenter, vilka kan utgöras av penningen (som när det särskilda symboliska kapitalet i det litterära fältet överflyglas av försäljningsframgångar) men också av exempelvis förment samhällsnytta eller antal förekomster i amerikanska publikationsdatabaser (vilket drabbar det särskilda symboliska kapitalet inom de vetenskapliga fälten), eller "anställningsbarhet" (vilket drabbar den akademiska undervisningen). Och så vidare i alla oändlighet.

Posted by Griniga gubben 2012-07-23 10:43:51

På förekommen anledning undanber jag mig stroppiga besserwisserkommentarer.

2012-07-22

Uppmärksamhetstjuvarnas härjningar

Posted by Griniga gubben 2012-07-22 12:04:59

Häromdagen skulle Griniga gubben skaffa en ny dammsugare åt sin åldriga mor. Modellen hon ville ha verkade inte finnas i lager hos någon anständig butik så han bet ihop och begav sig till varuhuset Siba på Kungsgatan. När köpet skulle göras upp erbjöd försäljaren ett Siba-kort. Det kostar inget och betalningen ska inte erläggas förrän i augusti. Griniga gubben envisades med att vilja betala meddetsamma. Nej, i så fall kan den här dammsugaren inte köpas på kortet och inga poäng blir registrerade, framhöll försäljaren med viss skärpa. Griniga gubben tackade artigt nej till kort och poäng, betalade och gick. Utan dröjsmål eftersom försäljaren visade ringa intresse av en fördjupad diskussion om dylika korts existensberättigande.

En trivial vardaglig episod som ger anledning till funderingar. Den inövade frasen "Det kostar inget" var förstås en lögn redan på grund av att hanterandet av kort, kortkonton och krediter måste dra ansemliga transaktionskostnader, framför allt i form av alla kundernas sammanräknade tid och energi. En annan kostnad orsakad av affärskedjornas försäljningssystem är utrotandet av specialbutiker med kunnig personal. Men den riktigt stora kostnaden för kunderna är att de blir bestulna på sin uppmärksamhet. Griniga gubben accepterar att betala i kronor och ören för dammsugaren. I den rådande samhällsordningen är det ofrånkomligt och praktiskt att som transaktionsmedel nyttja den allmänna

bytesvärdesekvivalenten, penningen. Helt okej så långt. Däremot retar han sig på att Siba vill åt inte bara hans pengar utan även hans uppmärksamhet. Han vill ha en enda sak, en dammsugare, som han vill bära därifrån utan att lägga på minnet var den är köpt. Att den uppgiften finns på kvittot är fullt tillräckligt. Han har inget behov av att påminnas om Sibas existens närhelst han öppnar kortfacket i sin plånbok eller kollar sina konton. Sin uppmärksamhet vill han ägna åt annat.

Griniga gubben misstänker att affärskedjornas kort och krediter främst syftar till stöd av konsumenternas uppmärksamhet. Det finns förstås fler motiv, såsom att locka pengar av människor som saknar pengar. Men Griniga gubben som är konspiratoriskt lagd misstänker att den för affärskedjorna avgörande funktionen är intrånget i kundernas uppmärksamhetssfär.

Att Griniga gubben låter sig störas av denna harmlösa episod beror på att den påminner honom om hur marknadsförings- och reklamindustrin i stort fungerar. Uppmärksamhetstjuvar hela bunten! Inne på varuhuset var hotet inte så stort, tillgreppet kunde avstyras innan det inträffade, men så snart han med dammsugarkartongen i handen träder ut på Kungsgatans trottoar blir det ohyggligt svårt att vända blicken så att inget säljerbjudande hamnar i synfältet. Medmänniskorna måste få intrycket att han är spastiker. Likadant i nedgången till Östermalms tunnelbanestation. Med sitt inköp tätt tryckt mot magen blänger han stint nedåt för att undslippa budskapen på väggarna tills han upptäcker att kartongen är översållad med marknadsföringsargument. Så även tunnelbanevagnens väggar. Lyckligtvis är annonsplakatet framför hans säte löst instoppat i en metallram. Att vända det bak och fram är lätt gjort. Med en ofärgad pappyta att vila blicken på slappnar han av lite.

Men Griniga gubben är en knäppgök så tankarna fortsätter i samma riktning. Det är en sak han gärna vill fråga folk inom marknadsföringsindustrin.

Till denna industri räknar han för övrigt inte bara reklamakare, PR-folk, kommunikatörer med flera med hemvist i näringslivet. Dit hör även de viktigaste underleverantörerna, nämligen politiker och tjänstemän i stat och kommun som furnerar den i särklass viktigaste råvaran, medborgarnas uppmärksamhet. Utan ständig tillförsel av denna billiga råvara skulle branschen dö över en natt. Politikerna och tjänstemännen är pålitliga leverantörer. Tack vare deras insatser har utvinningen av medborgarnas uppmärksamhet vuxit exponentiellt. Konstigt nog talar ingen om denna uppmärksamhetsutvinning fastän den är ojämförligt mycket mer omfattande än låt säga malmbrytningen. Allt fler tidigare offentliga platser och utrymmen har upplåtits för exploatering, liksom offentliga samfärdsmedel, post och telefoni, våglängder för tevesändningar och så vidare. Under loppet av de två senaste decennierna har tågresor, vård, omsorg, undervisning, medicinering, sjukintyg och allt möjligt annat omvandlats till handelsvaror på marknader där medborgarna förväntas tillhandahålla sin uppmärksamhet. (Verkligt fria marknader är det sällan fråga om, tänker Griniga gubben. Många val och inga alternativ. Men även på de mest ofria marknader vill säljarna lägga beslag på medborgarnas uppmärksamhet.) Ett motiv bakom det gällande pensionssystemet tycks vara moralfostrande, och här är det rena hot som gäller. Ve den medborgare som underlåter att ställa sin uppmärksamhet till förfogande för värdepappersmarknader, finansbolag och banker. Straffet är fattigdom på gamla dar. Inte något mjukt symboliskt våld utan brutalt ekonomiskt tvång. Macht och inte Autorität, för att tala med Weber.

Alltså, frågorna han vill ställa till hela denna bransch är följande. Visst är flertalet av er anhängare av den kapitalistiska marknadsekonomin? I så fall, varför värnar ni inte dess principer? Tillgång och efterfrågan ska ju styra. Potentiella säljare ska bjuda ut varor och tjänster till potentiella köpare med intresse av att inhandla desamma. Men stora delar av er bransch präglas av en förkapitalistisk våldsekonomi. Ni tvingar era budskap på människor som aldrig givit uttryck för någon efterfrågan. Symboliskt våld helt enkelt, som i en förkapitalistisk ekonomi. Stormännens och kyrkans sätt att sprida sina budskap.

Som så ofta blir Griniga gubben betagen i sin egen tanke. När han med dammsugaren i famnen kliver av vid Mörby centrum och återupptar gatloppet mellan reklamaffischerna fantiserar han om den dag då rakryggade marknadsekonomiförespråkare bland reklamakarna ska uppresa sig, gå ut på gator och torg, bli till en massrörelse och samfällt proklamera att från och med nu vägrar vi att låta våra alster förmedlas till andra människor än de som frågar efter dem.



Kommentarer

Ylva Hasselberg, 2012-07-22

hatar allt jävla krångel, alla kort som måste registreras på hemsidor som är aströga att ladda, alla helvetes Moment 22 regler om hur, när och vilken ordning allt måste göras för att fungera, alla avtal som måste ses över, alla

låtsasmarknader, alla kundförmåner som måste bevakas, alla fiffiga sätt att lura mig på pyttesmå belopp i kronor och ören och enorma mängder av min dyrbara tid som bättre kunde användas till arbete och kärlek, kort sagt, allt JÄVLA TRAMS som jag likt ett mähä går med på att ägna litt liv åt. TAGGTRÅD BENSIN TÄNDSTICKOR.

2012-07-22

Bruksvärdets fiender 1

Posted by Griniga gubben 2012-07-22 10:50:12

Bruksvärdets fiender säger arbete och menar lönarbete.



2012-07-21

Ord, betydelser och effekter

Posted by Griniga gubben 2012-07-21 13:27:25

Griniga gubben noterar att ord ofta används inte för att betyda något utan för att den som uttalar dem önskar ge ett visst intryck. Vanligt bland mediatränade politiker, vilket blir underhållande när de går för långt i att låta den åsyftade effekten styra valet av ord. Annie Lööf är särskilt skojig på det viset. Dystert dock att också medborgare i allmänhet förfaller till sådant språkbruk, tycker Griniga gubben som finner hugsvalelse i en fjortonminuterslåt från 1965 med Patty Waters. Hör vilka betydelser hon förmår lägga in i ett enda ord, "black"!

<http://open.spotify.com/track/3TQbMNGVu0LFw5BoWniAXs>



2012-07-17

Brist på städverktyg för mobiler

Posted by Griniga gubben 2012-07-17 14:47:14

Griniga gubben är fortfarande ovän med sin mobil som han använder så lite som möjligt. Ett skäl är att han vill slippa se säljbudskap när han besöker sajter i annat ärende än att köpa saker. På sina vanliga datorer lyckas han någorlunda med att hålla webbläsarfönstren (och därmed t.ex. Facebook och många andra tillämpningar) fria från reklam, tack vare den uppsjö av s.k. adblockers som finns att välja på. För egen del är han nöjd med Adblock Plus. Men fungerande reklamödarappar tycks saknas för hans mobil, som råkar vara en Android, så länge han inte fattar mod och "rootar" den, det vill säga tilldelar sig själv administratörsrättigheter på rotnivån. I dag blev han först glad över nyheten att det för icke-rootade telefoner nu existerar en betaversion av ett program Android Adblock men glädjen falnade när han tog del av erfarenheter från dem som prövat. Funkar tydligen inget vidare. Se <http://www.appbrain.com/app/android-adblock-%28beta%29/de.ub0r.android.adBlock>

För rootade telefoner finns ett flertal appar att tillgå men Griniga gubben är för oteknisk, eller feg. Än så länge! Framöver kanske varje medborgare som hyllar bruksvärdena och eftersträvar autonomi i sitt liv (på många plan, att slippa utsättas för köpuppsmaningar som man inte bitt om är bara ett exempel) gör bäst i att roota sin mobiltelefon.



2012-07-17

Dyster läsning under frukosten

Posted by Griniga gubben 2012-07-17 13:02:28

Redan vid frukosten fördystras Griniga gubbens dag av att morgontidningarna som vanligt innehåller en uppsjö av exempel på hur bruksvärdet underordnas bytesvärdet. I SvD skriver ekonomijournalisten Jacob Bursell om hur de stora koncernerna ligger i för att köpa upp privata vårdhem. Numer äger riskkapitalbolag exempelvis sjuttio procent av alla svenska privata gruppboenden där människor med förståndshandikap placeras. I anslutning till samma artikel finns två väl valda citat som illustreras motsättningen bruksvärde/bytesvärde.

"Vi vet att alla är unika. Därför erbjuder vi personligt stöd som ska passa dig och det du behöver. Det är du som bäst vet hur ditt behov ser ut och ska givetvis själv välja vilket stöd som passar dig. Vårt mål är högsta möjliga livskvalitet – på dina villkor."

Detta citat är klippt från vård- och omsorgskoncernen Frösundas webbsajt, varifrån för övrigt lika gärna nästan vilket stycke som helst hade kunnat väljas. Sajten är späckad med löften om livskvalitet, trygghet, trivsel, självständighet, personlig utveckling och annat som ska lyckliggöra dementa gamlingar, förstånds- och funktionshandikappade, struliga ungdomar och förskolebarn, se <http://www.frosunda.se/>.

Griniga gubben blir nyfiken på vem som äger Frösunda AB men får inget besked på sajtens svenskspråkiga webbsidor. Däremot nämns på ett par av de engelskspråkiga sidorna (riktade till en annan målgrupp, tydligen) att företaget för ett par år sedan köptes av det stora brittiska investeringsbolaget HG Capital.

Vilket gör det andra citatet i dagens SvD-artikel mer begripligt. Det härrör från just HG Capital som beskriver Frösunda AB så här: "En marknadsledande vårdgivare med skyddade marknadspositioner, förutsägbara intäcksströmmar, och en plattform för organisk, förvärvsdriven tillväxt. En robust affärsmodell, med återkommande intäkter. Det finns stora möjligheter att öka marginalerna genom stordriftsfördelar."



2012-07-16

Klassisk diagnos

Posted by Griniga gubben 2012-07-16 19:46:13

När Griniga gubben begrundar tillståndet i Sverige och i världen kan han konstatera att följande klassiska beskrivning av bytesvärdets herravälde fastän tillkommen för 165 år sedan är mer aktuell än någonsin. Den skrevs på franska men den tyska översättningen är mer bekant.

"Kam endlich eine Zeit, wo alles, was die Menschen bisher als unveräußerlich betrachtet hatten, Gegenstand des Austausches, des Schachers, veräußert wurde. Es ist dies die Zeit, wo selbst Dinge, die bis dahin mitgeteilt wurden, aber nie ausgetauscht, gegeben, aber nie verkauft, erworben, aber nie gekauft: Tugend, Liebe, Überzeugung, Wissen, Gewissen etc., wo mit einem Wort alles Sache des Handels wurde. Es ist die Zeit der allgemeinen Korruption, der universellen Käuflichkeit oder, um die ökonomische Ausdrucksweise zu gebrauchen, die Zeit, in der jeder Gegenstand, ob physisch oder moralisch, als Handelswert auf den Markt gebracht wird, um auf seinen richtigsten Wert abgeschätzt zu werden."

(ur första kapitlet i Marx, *Das Elend der Philosophie*)

Ungefärlig översättning: Till sist kom den tid då man började utbyta, schackra med och bjuda ut allt det som människorna fram till dess betraktat som omöjligt att avyttra. Det är den tid då till och med de ting som man förut delat med sig av men aldrig idkat byteshandel med, som man skänkt men aldrig sålt, förvärvat men aldrig köpt - dygd, kärlek, övertygelse, vetande, samvete etc. -, då kort sagt allt blivit saker som det handlas med. Det är den allmänna korruptionens tid, den universella besticklighetens tid då allt är till salu, eller för att använda den ekonomiska vokabulären: den tid då varje föremål, det må vara fysiskt eller moraliskt, forslas till marknaden som en handelsvara för att där taxeras till sitt rätta värde.



2012-06-29

Trädgårdsstadens nackdelar

Trädgårdsstaden har sina fördelar så här års. Fast fågelsången är inte alltid så lätt att höra. Det finns tydligen hur många

varianter som helst av motoriserade redskap för att klippa gräs, ansa sly, beskära fruktträden, klippa häcken och förmodligen plocka smultron och likvidera spanska skogssniglar. För egen del har jag i många år varit sugen på en häcksabel, alltsedan jag i Drottningholms samlingar såg några sådana som 1700-talet användes för att tukta vegetationen i slottsträdgården. Men inte ens välsorterade trädgårdsbutiker saluför häcksablar nuförtiden. Tips emottages av sign. Griniga gubben



Kommentarer

Jostein Gripsrud

Det ser ut som du kunne behøve mer enn en häcksabel her. Kanskje tre-fire timer med en profesjonell gartner? ;-)

Griniga gubben

Visst säger det något om vår tid att medan massor av handlare bjuder ut sablar avsedda för champagneflaskor finns ett enkelt bruksföremål som en häcksabel inte att uppbringa, noterar Griniga gubben

Peter Mogensen

Kan bara ansluta till gubbsurgänget. Det mest morbida av påfund är Trimmern som används för att åstadkomma tydlig gräns mellan grusgång och gräsmatta. Iofs kl 7 på lördag morgon, så man inte hunnit lägga sig men ett oestetiskt ting.

Griniga gubben

@Pi, en annan lustig mackapär är den som används för att blåsa omkring löv i trädgården. Att känka runt på den ger säkert mer motion än att lättjefullt kratta ihop sina lövhögar men ljudet från krattan är behagligare.

Carina Carlhed

Nu har uttrycket "Sabla häck!" fått ny innebörd :-)

Griniga gubben

Ja, däremot är "sabelhäck" något helt annat. En sabelhäck är de dragna vapen som t ex somliga brudpar passerar under när de lämnar kyrkan. Upplevde det när min lillasyster gifte sig med en sjöofficer.

Griniga gubben

@Jostein, undras om de professionella trädgårdsmänniskor som kan anlitas fortfarande använder kratta och häcksabel. De är nog motoriserade allesammans, om än inte i samma grad som trädgårdsstadens innebyggare gillar som gillar att åka runt runt sittandes på gräsklippare som liknar smärre monstertruckar.

2011-11-27

Klagovisor nov 2011

Posted by Griniga gubben 2012-07-16 14:17:42

Här nedan ett erfarenhetsutbyte som Griniga gubben initierade på Facebook i slutet av november 2011. Ämnet är långt från uttömt.

Önskas: tips på hur man bäst gör motstånd mot att behandlas som konsument när man inte har för avsikt att köpa saker. I eftermiddags ville jag inget annat än att bli hemforslad med flygmaskin. Men icke! Den som önskar ta sig fram till gaten på Fornebu slipper inte undan en wonderful shopping experience, som det stod på skyltarna. Utan att ha bett om det tvingas man att passera många hundra meter butiksgator och ibland kryssa mellan hyllor fyllda med grejer utan minsta samband med flygandet. Samma sak vid ankomsten till Arlanda. Sen flygtåg in till stan. Att åka tåg var vad jag ville, inte beskåda säljbjudanden på en bildskärm. Hemkommen bläddrar jag genom de senaste SvD och DN. En och endast en anledning har jag till att prenumerera, att läsa artiklar. Men i spaltcentimeter räknat består innehållet mest av inviter till att köpa saker. Knäpper på teven för en dos kampsport, lyckligtvis inspelad med reklamavbrotten raderade. Men då kombattanternas namn ropas ut inför varje match passar presentatören på att lovprisa ett blaskigt amerikansk öl, utan något som helst samband med de idrottsliga prestationerna. Alltså, tacksam för tips på motangrepp mot skurkarna som vill åt inte bara mina pengar utan något mycket mer värdefullt, min uppmärksamhet. Kanske dags att starta en sammanslutning för bruksvärdets vänner. Svar till Griniga gubben.



Kommentarer

Här nedan ett erfarenhetsutbyte som Griniga gubben initierade på Facebook i slutet av november 2011. Ämnet är långt från uttömt.

Griniga gubben, 27 nov. 2011

apropå Budweiser. Detta är namnet på både ett helt okej tjeckiskt öl och ett fullkomligt ointressant amerikanskt öl som smakar som vatten fast sämre. Det är det sistnämnda som kampsportpresentatörer på tevekanalerna brukar berömma innan matcherna. Hoppas dom skäms. /Griniga gubben

Jenny Westerstrand, 27 nov. 2011

I Costa Rica ropar kommentatorn i fotbollsmatcher - Goal Mac Donaaaaaaaaaals! när det blir mål, och - Hörna Mitsubishiiiiiiiiiiii, när det blir hörna, eller vilka företag som nu köpt dessa situationer. Så eländigt eländigt sjukt med detta koloniserande av medvetandet, som också väller in över Sverige. Glatt hälsat därtill av allt för många. Jag försöker göra motstånd men det är svårt. Man får blunda ibland, sluta titta på vissa sporter på teve och ja, eller nej, det är förstås omöjligt att komma undan.

Raoul Galli, 27 nov. 2011

Welcome to my world!

Per Åhlström, 27 nov. 2011

Det är värre här.

Gergei Farkas , 27 nov. 2011

http://www.adbusters.org/magazine/73/Sao_Paulo_A_City_Without_Ads.html

São Paulo: A City Without Ads | Adbusters Culturejammer Headquarters

www.adbusters.org

In 2007, the world's fourth-largest metropolis and Brazil's most important city, São Paulo, became the first city outside of the communist world to put into effect a radical, near-complete ban on outdoor advertising. Known on one hand for being the country's slick commercial capital and on the other...

Ylva Bergström, 27 nov. 2011

Förlåt att jag i stället för tips spär på det samtidsanalys: i fätet intill ditt inlägg pockar ett näthandelsföretag på uppmärksamheten med några röda sladdriga klänningar. Jag slår gärna vakt om skattefinansierad reklamfri-TV. Det är oerhört enerverande att bli avbruten av reklam i pågående filmer och program. Dessutom höjs ljudvolymen när reklam inslagen påbörjas för att skärpa vår uppmärksamhet...

radio, tidningar, affischtavlor, bussar, tunnelbanan, direktreklam i brevlådor, e-post, sms. Någonstans i dessa möjligheter ligger också ett hot mot reklamen. Hotet ligger i att vi, medvetet eller omedvetet, slutar respektera människorna i det offentliga rummet och den privata sfären /.../" Jag skriver förstås om den i termer av "symboliskt våld".

[slut citat]

2011-10-01

Varning

Närkontakt med Griniga gubben bör undvikas, han är en plåga för sin närmaste omgivning. I denna blogg ger han sina kverulantiska böjelser fritt utlopp i förvissningen om att blott några få likasinnade hittar hit.



Printout from the site SEC (Sociology of Education and Culture) at Uppsala University
URL of this page is <http://www.skeptron.uu.se/broadly/bruksvarde/gg-2011-2017.htm>



| Last updated: 22 February, 2019