

## 2. Mellan konst och kommers: Om modefotografiets retorik

Andrea Kollnitz

Modedefotografiet har sedan sin uppkomst under sent 1800-tal spelat en ambivalent roll och debatterats i sin dubbla identitet som både ett konstnärligt, ofta avantgardistiskt, uttryck och ett kommersiellt medium inom en snabbt växande konsumtionsindustri. Dess syften, budskap och verkningskraft sträcker sig över många olika områden, från reklam och konsumentinriktade avbildningar av modeplagg, till estetiska objekt med innovativt formspråk och konstnärliga anspråk, och till identitets- och kroppspolitiskt performativa visuella medier med stor diskursiv makt.<sup>1</sup> Susan Sontag skriver: "Fashion photography is much more than the photography of fashion."<sup>2</sup> Och Roland Barthes menar i sin undersökning av modets representationssystem i *The Fashion System* (1983; *Système de la mode*, 1967) att modefotografiet trots vissa likheter med exempelvis dokumentärfotografi eller snapshots har sina alldeles egna strukturer och regler, sitt eget språk med både godkända och förbjudna "fraseringar".<sup>3</sup>

Enligt Barthes handlar modefotografiet inte om verkliga plagg utan det låter oss glömma klädernas praktiska, skyddande och dekorativa funktioner för att snarare bli symboliskt och meningsskapande.<sup>4</sup> I *The Fashion System* förklarar Barthes modets retoriska system och tre representationsformer, det verkliga plagget (*real garment*), det skrivna plagget (*written clothing*) och det avbildade

---

Hur du kan referera till det här kapitlet:

Kollnitz, Andrea, "Mellan konst och kommers: Om modefotografiets retorik", *Semiotik: Teoretiska tillämpningar i konstvetenskap* 3, Stockholm, Stockholm University Press, 2022, s. 29–53.  
DOI: <https://doi.org/10.16993/bbv.b>. Licens: CC BY 4.0.

plagget (*image-clothing*). Relationen dem emellan kräver en översättning från ett språk till ett annat. Barthes skiljer mellan mode och kläder utifrån frågan om hur konsumenten ska attraheras och lyfter fram modeindustrins intrikata bildsystem, "an image system constituted with desire as its goal":

Why does Fashion utter clothing so abundantly? Why does it interpose, between the object and its use, such a luxury of words (not to mention images), such a network of meaning? The reason is, of course, an economic one. Calculating, industrial society is obliged to form consumers who don't calculate; if clothing's producers and consumers had the same consciousness, clothing would be bought (and produced) only at the very slow rate of its dilapidation; Fashion, like all fashions, depends on a disparity of two consciousnesses, each foreign to the other. In order to blunt the buyer's calculating consciousness, a veil must be drawn around the object – a veil of images, of reasons, of meanings; a mediate substance of an aperitive order must be elaborated; a simulacrum of the real object must be created [...].<sup>5</sup>

Transformationen från modeobjektets teknologiska till modebildens visuella och modetextens verbala strukturer är alltså enligt Barthes vad som driver på den ekonomiska och socio-kulturella cirkulationen av modet. En cirkulation som är beroende av ett ständigt konsumentbegär triggat genom de multimediala *simulacra* eller "bländverk" som modeindustrins kapitalistiska logik skapar kring sina försäljningsobjekt. Modefotografiet har förmågan att lägga en drömlig slöja kring och skapa begär efter modeobjektet som ett estetiskt fenomen. Det har likaså förmågan att väcka fantasier och förhöja bärarens yttre och inre självbild. Dess budskap och verkningskraft bygger på både konstnärliga och kommersiella mekanismer.

Utifrån frågan om modefotografiets dubbelidentitet mellan konstobjekt och kommersiellt medium, presenterar och testar jag i detta kapitel semiotiska tolkningar av samtida svenskt modefotografi utifrån två valda exempel med olika syften, en redaktionell modebild och ett modemagasinsomslag av modefotografen Magnus Magnusson.

Utifrån Barthes tankar om å ena sidan modets språk och representationer i *The Fashion System* (1983) och å andra sidan hans semiotiska tolkning av reklambilder i "Bildens retorik" (1976, 1964) ska modefotografiets betydelsebildningar och visuella retorik belysas.<sup>6</sup> Barthes är i dessa (mer eller mindre kanoniska) texter intresserad av kommunikation och de olika språk som konsumenterna appelleras igenom. I båda texterna figurerar fotografiet som en visuell huvudaktör vars "oskuld" som till synes omedelbar avbildning av verkligheten ska avslöjas genom att i stället förtydliga dess olika kommunikativa maktmedel. Hur styrs modefotografiets mening beroende på dess syften och kontext, både gällande betraktarens upplevelser och förståelse och gällande fotografens konventionsbetingade val av uttrycksmedel och visuella koder? I en vidare frågeställning ska det slutligen undersökas hur modefotografiets kontextbaserade budskap fungerar som på olika plan identitetsskapande. Analysen utvidgas således från en semiotiskt baserad frågeställning till, dels hur modebilder berör, bortom deras avläsbara betydelsebildning och budskap, dels hur deras kommersiella funktion inom modets mediala system kan tänkas samspela med deras konstnärliga karaktär och referensram. Detta står i samklang med den kritik som de senaste åren har riktats mot förståelser av modebilder i termer av enbart reklam, som lätt avläsbara kodade kommunikationsmedel.<sup>7</sup> Läsningen av modefotografier enbart utifrån frågan om vad de explicit kommunicerar, tenderar att förbise deras estetiska attraktionskraft, deras önskan att skapa njutning och utöva dragningskraft utifrån sensuella och haptiska egenskaper.<sup>8</sup> Modefotografiets (modefotografens, modeindustrins) förmåga att förföra, att fånga betraktarens känslor och sinnen, att skapa affektiva reaktioner och väcka fantasier och åtrå, hänger inte bara samman med konstnärliga eller kommersiella avsikter utan även med materialiteten i det som avbildas: kläder, tyger, former, färger, kroppar m.m., vilket ska förmedlas så estetiskt medvetet och närvarande som möjligt. Inom ett av dagens mest avancerade

modemedier, en vidareutveckling av modedefotografiet som stillbild, modefilmen, liksom inom själva modedesignerns skapandeprocess, betonas mode som känsla, stämning och sensuell upplevelse bortom tydliga innehåll och budskap.<sup>9</sup> Samtidigt fortsätter Barthes teorier om mode och semiotiska tolkningar baserade på hans begreppsapparat att spela en viktig roll inom analys av modedefotografi och modemedier.<sup>10</sup>

Inom konstvetenskapen har Barthes bildsemiotiska modell i "Bildens retorik" visserligen ansetts grundläggande för bildsemiotikens utveckling, men samtidigt ifrågasatts.<sup>11</sup> Trots denna kritik och samtida uppdateringar förtjänar Barthes text och modell att lyftas fram och kan fortsatt testas i sin användbarhet – inte minst i samband med modedefotografi som ju var ett av hans särskilda intresseområden. Analysen kommer därmed att i ett första steg förklara Barthes denotations- och konnotationsbegrepp utifrån ett modedefotografi av fotografen Magnus Magnusson. I ett andra steg ägnar analysen sig åt ett modemagasinsomslag och därmed det mest reklamliknande elementet av en tidskrift som exempel i en reflektion kring Barthes text "Bildens retorik".

## Mellan denotation och konnotation

En första analys enligt grundläggande semiotiska frågor, men med uppmärksamhet riktad mot bildens sensuella och i ordets bokstavliga mening "attraktiva" kvalitéer, ägnas en bild som kan rankas som redaktionellt modedefotografi (till skillnad från modereklam), det vill säga ett fotografi avsett för publicering i modemagasin (i det här fallet ett så kallat nischmagasin med konstnärliga anspråk). Vi kan därmed tänka oss bilden i en kontext av högkvalitativ estetik, möjligen även som del i en så kallad "fashion story", en serie av bilder som tillsammans berättar om "något" eller "någon" för sin visuella läsare och konsument.<sup>12</sup> Vilka tecken förmedlas då i detta modedefotografi och hur kan vi läsa och förstå dem?



**Bild 2:1.** Magnus Magnusson, *Taylor Warren, Marrakech*, 2008. Fotograf Magnus Magnusson, stylist Robert Rydberg, modell Taylor Warren. Copyright: Magnus Magnusson. Licens: CC BY-NC-ND.

I sin bok *Elements of Semiology* (1977; *Éléments de sémiologie* 1964) förklarar Barthes i Ferdinand de Saussures och Louis Hjelmslevs efterföljd att: "The sign is [...] a compound of a signifier and a signified. The plane of the signifiers constitutes the *plane of expression* and that of the signifieds the *plane of content*."<sup>13</sup> Tecknet är alltså föreningen av ett *uttryck* eller en form som kan beskrivas och ett *innehåll* som innefattar emotionella, ideologiska och mentala föreställningar som är svårare att fånga. Barthes skiljer dessutom mellan *denotativa* och *konnotativa* tecken, vilka båda har en uttryckssida och en innehållssida, men där det konnotativa tecknet är mer extensivt. Ett konnotativt tecken förenar flera denotativa tecken. Som Barthes skriver: "Several denoted signs can be grouped together to form a single connotator. [...] The units of the connoted system do not necessarily have the

same size as those of the denoted system.”<sup>14</sup> I ”Bildens retorik” förknippas denotativa tecken med det definierande, bokstavliga, det uppenbart synliga eller den grundläggande, allmängiltiga betydelsen av ett tecken, till synes oberoende av kulturella kontexter och förståelseramar.<sup>15</sup> Som semiotikern Daniel Chandler sammanfattar: ”In communication and representation denotative meaning is primarily associated with an informational function and connotative meaning with an aesthetic function.”<sup>16</sup> Å andra sidan menar Barthes att ”Man stöter aldrig [...] på en bokstavlig bild i rent tillstånd.” Han talar om denotativa tecken så som enbart ”i utopisk mening” objektiva eller fria från konnotationer.<sup>17</sup> Och som Chandler skriver och även följande reflektion visar:

While theorists find it analytically useful to distinguish denotation from connotation, in practice such meanings cannot be neatly separated. Most semioticians argue that no sign is purely denotative – lacking connotation.<sup>18</sup>

Hur ter sig då min första beskrivning av bildens denotation? I sina mest elementära tecken visar fotografiet en långhårig modell med cigarett som står på taket av en ljus, dammig och nedgången byggnad under en klarblå solbelyst himmel. Modellens silvergrå handskar, hennes klänning, grå päls och brosch i kombination med hennes mörka vågiga hår, de stora solglasögonen och de klarröda läpparna, skapar en slående kontrast till den råa omgivningen som förmedlar ett ”naturligt” scenario från Marrakech, där bilden är tagen. Hon poserar med huvudet lätt lutat åt sidan, ansiktet vänt uppåt mot solljuset och det långa håret fallande över höger axeln. Inget konstljus har använts, fotografiet har tagits som ett snapshot, där fotografen har utnyttjat det grälla dagsljuset. Bilden är full av dynamik, som uppstår genom modellens avslappade pose och ansiktsuttryck, rörelsen i hennes hår, highlight-effekterna som skapas av solljusets lek med tygnas yta.

Bildens denotativa, bokstavliga meddelande har nu förmedlats i beskrivningen av det som visas och kan identifieras

på en till synes universell nivå: kvinnan, hennes ansikte och kropp, hennes pose, hennes kläder, miljön, och hennes placering inom denna, färger, ljus, rörelser och kontraster. Samtidigt har det varit ogörligt att skilja den denotativa beskrivningen från de konnotationer varje denotativt tecken väcker. Konnotativa egenskaper, det vill säga egenskaper som förmedlar bildens underliggande kulturellt kopplade budskap, baseras bland annat på fotografens taktiska val och bildkomposition. Som kulturteoretikern John Fiske skriver i sin definition av skillnaden mellan denotation och konnotation hos fotografier, "denotation is *what* is photographed, connotation is *how* it is photographed."<sup>19</sup> Frågan om *hur* bilden är fotograferad leder oss till det som kan ses som dess konstnärliga stildrag och egenskaper, och till Magnussons tillvägagångssätt som fotograf verksam i ett gränsland mellan konstfotografi och kommersiella modemedier. Användningen av direkt solljus och den till synes spontant valda ruffiga miljön konnoterar stilidealet av att använda nästan uteslutande dagsljus enligt devisen att "våra ögon är den bästa kameran."<sup>20</sup> Fotografierna tas sällan i ateljén utan på enkla, till synes obehandlade, vardagliga platser där ingen rekvisita behövs, samtidigt som filmiska effekter används för att visa upp spännande levande karaktärer.<sup>21</sup> Konnotationer till konstfotografi kan därmed läsas in i det grälla dagsljuset och dess framkallande av starka kontraster i ytor och material – från den glansigt glamorösa klänningen till de grova och lätt smutsiga arkitektoniska elementen. Kontrasten förstärks av modellens lekfullt koketterande pose, som tagen ur ett *high-fashion* magasin från 1940- eller 50-talet och därmed högst inadekvat för ett hustak i nutida Nordafrika med dess TV-antennar. Modellens frigjorda pose och självmedvetna uppsyn konnoterar också en konstnärligt medveten inställning till modeller och människoskildringen i själv-reflexiva modebilder. Magnussons modeller uppmuntras till att känna sig avslappnade, vara "sig själva", agera naturligt och känna sig bekväma och jämställda, och avbildningar retuscheras bara i undantagsfall.

Fotografiernas konstnärliga bildspråk konnoterar kärlek till mode och modets estetiska egenskaper, men också till de levande människor som bär modet.

Undersökningen av den fotografiska stilen och praktiken har öppnat upp en konnotativ tolkning av bilden, dess element och deras samspel, det som Barthes liknar vid ett avslöjande av den bristande oskulden i den till synes direkta och spontana avbilden av verkligheten genom kamerans analoga sanningsenliga öga. Vad ser och upplever jag när jag går ännu djupare, bokstavligen "under bildens yta"? Vid närmare betraktande börjar en dramatisk scen ta form. Den av fotografen spontant valda takterrassen visar sig bilda en ram för modellen i bildens mitt. Två antenner skapar vertikala markeringar som ökar betoningen av den tydligt centrerade kvinnan som med sin glamorösa look och pose lyfts fram som stjärna. Posen hon intar upprepar en av den kommersiella modefotografins mest använda retoriska troper: lätt lutande, med armbågen i midjan, det vågiga håret som väller ner i samspel med det snett uppåtvända ansiktet där de mörka solglasögonen glänser ikapp med tyget, läpparna och de bländande vita TV-satellitplattorna och övriga arkitektoniska detaljer – allt detta blir en anspelning på och ett spel med den mediala stereotypen av ikoniska fotomodeller, kändisen, en klassiskt konnoterad filmstjärna med drag av Rita Hayworth från Hollywoods "Golden Age"-era.<sup>22</sup> Kvinnan, vars mörka hår får sin visuella och materiella motsvarighet i fuskpälsen på motsatta axeln, förefaller plötsligt lekfullt utklädd, självmedvetet posande. Hon verkar ägna sig åt en modemedveten och lekfull kvinnlig maskerad. Framställningen reflekterar den mediala dubbelhet som modebilden och modet i sig bärs av och leker med i sin funktion som å ena sidan attraktionsskapande kommersiell och å andra sidan konstnärligt suggestiv, självreflekterande och av högt kulturellt värde.

Bildens och modets visuella, sensuella och materiella egenskaper är inte bara betydelsefulla i sina konstnärligt estetiska effekter utan leder oss vidare in i konnotationer till skilda identiteter. Exemplet knyter inte bara an till



könsstereotyper utan också till etniska stereotyper och den inom modedefotografin etablerade användningen av exotiska platser och bakgrunder som förhöjande scenografi i så kallade "location-shoots". Som Sarah Cheang formulerar i sin kritik av orientalistiska mekanismer inom modedefotografiets produktions- och cirkulationssystem:

The products of the Vogue fashion world, although centred on the capitals of Paris, London, Milan and New York, are projected as free-floating, universal phenomenon in opposition to an explicitly geographically grounded ethnicity. Fashionable identities and ethnic identities emerge as conceptual opposites, encouraging majority/minority, centre/margin binary oppositions in the creative moment of fashion imaging – modernity versus tradition, the occident versus the orient, the pale versus the colourful, the everyday versus the rarely seen. In many instances, visual differences between some elements of the models' bodies and the bodies of the locals, normally termed "racial" difference, produces a further mode of separation between fashion and "the ethnic".<sup>23</sup>

Medan fotografiet i fråga bara avbildar en enda (vit) kropp kan också platsen i sig och dess materialitet läsas som konnotation av en "annan" etnisk identitet skild från det västerländska modets sfärer. Den ruffiga, både minimalistiska och klottriga miljön med sin ljusa, vit-beigea färgskala som på ett sätt knappt skiljer sig från färgerna i modellens kläder och kropp, utgör i sin motsatta materialitet med dammiga, torra och hårda ytor en talande kontrast mot de mjuka skimrande tygen och betonar "uppträdandet" ytterligare. Glamouren blir till "glamour" i markerad skillnad och retorisk antites mot (den primitiva) enkelheten och fattigdomen i den icke-västerländska omgivningen. Den västerländska (möjligen nordeuropeiska och "svala") modellen står under en österländsk (utomeuropeisk och het) sol. Skillnaden mellan tecken betonas som en av de mest utslagsgivande faktorerna inom språket av Ferdinand de Saussure, och kontrasten som ett oundvikligt kommunikativt maktmedel inom den klassiska retoriken. Många sammansatta tecken i kombination med varandra, en kedja av tecken, blir del av ett omfattande konnotationsplan som relaterar till både konst- och

modefotografins visuella kultur.<sup>24</sup> I Magnussons modefotografi förenas skillnader och kontraster. Ideologiska budskap kopplade till kön och etniska identiteter uppstår i samspel med estetikens behov av visuella skillnader i en harmonisk komposition som ska fångsla, fascinerar, attrahera betraktaren och modekonsumenten.

### Tre meddelanden om ”natur som kultur”

Hur läser och upplever vi då ett modefotografi när det blir del av ett mer riktat budskap, synligt och aktiverat i en mer kommersiell kontext? För att närma oss ”(mode)bildens retorik” i tydligare dialog med Barthes klassiska reklamanalys riktas nu blicken mot omslagsbilden på tidskriften *Contributor* som Magnusson grundade 2008 tillsammans med stylisten Robert Rydberg. *Contributor* är ett så kallat nischmodemagasin där mode sammanförs med konstnärliga uttryck och texter författade av modevetenskapligt insatta skribenter och forskare.<sup>25</sup> Bortom den visuella och estetiska upplevelsen vill tidskriften presentera och på ett djupare plan reflektera det nyaste inom mode och modefotografi, uppmärksamma nya unga fotografer och tilltala en modemedveten publik med ett djupare kulturellt förankrat intresse av mode.

Medan det inledande exemplet visar en glamouröst klädd modell i rå miljö som en nästan ironisk referens till ”glossy” modeestetik förknippad med lyxmodemagasin så som *Vogue*, kommer nästa exempel från ett *Contributor*-nummer med titeln ”Nature as Culture”. Ett av de tre olika omslagen för den tryckta versionen november 2016 visar en modell som sitter i skräddarställning i vida röd-brunt tonade kläder på en grön äng täckt med vissna höstlöv och omgiven av kvistar med ljusgröna blad. Hon har fotograferats i motljus, som det ser ut i gryningen, solstrålarna belyser hennes blonda fjuniga hår som rör sig i den lätta brisen. Hon bär en blomsterkrans och hennes ansikte med sin naturliga make-up visar lugn och säkerhet när hon tyst och med rak och fast blick tittar på betraktaren. Hennes



**Bild 2:2.** Magnus Magnusson, Omslagsbilden till *Contributor* nr 12, "Nature as Culture", 2016. Fotograf Magnus Magnusson, stylist Robert Rydberg, modell Ola Rudnicka, @IMG Paris. Copyright: Magnus Magnusson. Licens: CC BY-NC-ND.

raka blick "försvagas" dock av den halvöppna munnen, en modefotografisk konvention grundad i porträttkonstens traditionella avbildningar av kvinnliga modeller (som jag återkommer till). Texten som ledsagar och är placerad under kvinnan till höger lyder "Ola Rudnicka", namnet på en polsk fotomodell.

Om vi rör oss från denna mer denotativa beskrivning till konnotativa aspekter, kan vi se hur den raket och inre balans modellen konnoterar blir förstärkta av den frontala symmetriska och centrerade position hon har fotograferats i. Den vida tröjan i nyanser av mörkrött och jordfärger, sammanhållen av ett midjebälte och buren över snäva tights och strumpor i andra nyanser av rött konnoterar fysisk frihet och uppfattas ha – trots att det är mode från 2016 använt under vad som liknar en yoga-övning – en tidlös karaktär. Utifrån modellens klädsel, positione-

ringen i den fria naturen, det "naturligt" stylade håret och det "naturligt" sminkade ansiktet kan bilden å ena sidan associeras till det sena 1960-talets hippierörelse, vilket förstärks av den följande redaktionella bildserien i tidskriften som visar unga avkopplade modeller i färgglada plagg på gräset och i parkmiljö. Å andra sidan förmedlar dessa tecken tillsammans mer klassiska konsthistoriskt förankrade konnotationer. Tillsammans med blomsterkransen refererar kvinnans kläder, styling, pose och ljussättning till figurer från svenskt nationalromantiskt måleri, såsom de mystiska skogsälvorna och sagokaraktärerna i Richard Berghs symbolistiska sekelskiftesmåleri. Vidare uppstår associationer till prerafaelitiska porträtt av Dante Gabriel Rosetti samt antimodestilen hos bohemiska konstnärer från samma period, såsom målaren och sagoillustratören Ivar Arosenius, känd för att i sina självporträtt (exempelvis 1906) iscensätta sig i asketiska, nästan minimalistiska, kläder kombinerade med en blomsterkrans.<sup>26</sup> En ytterligare svensk nationalromantisk referens finns i Carl Larssons akvareller vars ljusa, skickligt ritade och färglagda motiv är internationellt omtyckta inte minst för den "naturlighet" och intima känsla med vilken han ansågs avbilda sin egen familj.

Även den fotografiska stilens användning av naturligt ljus och "naturlig" posering i till synes oförställda urbana eller lantliga miljöer konnoterar konstnärliga referenter såsom idealen inom svenskt friluftsmåleri hos konstnärer som Bergh, Larsson eller Bruno Liljefors med kärleken till "det nordiska ljuset" och naturalismen hos till exempel Larsson. Användningen av dagsljus och en naturalistisk för att inte säga rå fotografisk stil är också något som förknippas med svenskt konstnärlig modefotografi och porträttfotografi – se till exempel Christer Strömholms – över lag. Det fotografiska perspektivet påminner slutligen om Larssons sätt att porträttera sina modeller på ett "naturligt" och intimt sätt, fånga dem i rörelse, i vardagen och överbrygga distansen mellan målaren och modell genom den senares direkta blick. Talande nog har Larssons akvareller av familjelivet jämförts med fotografiska

snapshots och ett steg bort från de mer idealiserande och objektifierande framställningar som dominerade det sena 1800-talets borgerliga societetsporträttmåleriet.

På liknande sätt konnoterar och refererar Magnussons fotografier till porträttkonstens ideal och troper i sitt fokus på tecken för individualitet, naturligt uttryck och autenticitet, inte minst i modellernas ansikten. Liksom på omslaget ovan avbildas de ofta i frontala, centrerade och symmetriska, poser där känslan av direkt och jämlik ögonkontakt skapas. Detta kan tolkas som försök att undvika gängse objektifierande fotografiska kompositioner och konstruktioner inom modefotografiets konventionella kodsystém. I samma anda konnoterar bilderna Magnussons inspiration från den tyska skolans modefotografer såsom Wolfgang Tillmans och Jürgen Teller, den råa London-stilen hos Corinne Day och konstmodefotografer som Nan Goldin – fotografer som vill fånga verkligt liv i individuella ansikten och personligheter. Som redan nämnt uppstår det dock en intressant friktion mellan bildens konnotationer till nationalromantiskt måleri och konstnärliga fotografiska stilar och konnotativa detaljer som refererar till den kommersiella modebildens troper såsom modellens lättöppnade mun i kombination med den vid andra anblicken lätt frånvarande blicken. Utifrån min konstvetenskapliga kunskap om porträttkonstens liksom modemediernas konventioner att iscensätta kvinnor utifrån en objektifierade och ofta erotiserande blick, där skönhet och sensualitet samt ett generaliserat, neutraliserat, men behagfullt och inbjudande ansiktsuttryck blir till viktiga attribut i tecknet ”kvinna” – se till exempel Jean-Auguste Dominique Ingres *La Belle Zélie* (1806) – försvagas upplevelsen av modellen som självständigt subjekt.<sup>27</sup>

Om vi nu återvänder till omslagsbilden och dess materiella och symboliska kontext, tidskriften *Contributor*, förankras och manifesteras betydelsen av den porträtterade modellen som individuell person ytterligare genom det hittills inte kommenterade språkliga meddelandet på omslaget. Som ett medvetet performativt avståndstagande från den exploaterande modellindustrins objektifierande

mekanismer porträtterar omslaget Ola Rudnicka inte bara genom att ge henne en central och stark position i bilden, utan även genom att visa och betona hennes tryckta namn, den enda tryckta texten på omslaget förutom tidskriftens och specialnumrets titlar. I detta sammanhang vill jag hävda att det är viktigt att komplettera Barthes identifikation av språkliga meddelanden som förankring eller avbyte i förhållande till bilder med performativitetsteoretikern John L. Austins analys av hur ord ”gör” och skapar verklighet.<sup>28</sup> Modellens namn på omslaget förankrar och kompletterar inte bara bildens budskap. Mot bakgrund av modemediers konventioner där fotomodellen sällan lyfts fram mer än i småstilla undertexter markeras modellen här som (”särskild”) individ och subjekt i betraktarens ögon. Namnet får funktionen av en namngivande titel till det porträtt omslaget visar. Återigen samverkar här en kedja av sammansatta tecken, både i bild och text, inom ett större konnotationsplan i en visuell kultur där konst- och modebild hämtar inspiration och innehåll från varandra.

## Modebildens kontext

Samverkan mellan tecken sker inte bara inom själva omslagsbilden utan också inom den helhet som omslagsbilden är del av. Det individuella fotografiets budskap kan alltså karakteriseras bortom sin estetiska specificitet utifrån sitt samspel med och funktion inom modetidskriftens retoriska helhet.<sup>29</sup> Som ett unikt varumärke inom modemediernas ekonomiskt styrda marknad och de *simulacra* den producerar, differentierar sig tidskriften *Contributor* bland annat genom en uttalad social och demokratisk agenda. Redan tidskriftens namn är betecknande för dess mission, budskap och policy: tidskriften vill vara en plats där en mångfaldigt sammansatt grupp av begåvade kreatörer jämlikt bidrar (*contribute*) till ett gemensamt projekt: ett modemagasin som vill vara en plantskola för nya unga talanger inom modedesign, fotografi, styling och skrivande och som introducerar fördjupade perspektiv på

mode som ett essentiellt kulturellt fenomen. Namnet kan ses som metonymiskt, det vill säga en associativ bild som kan stå för hela tidskriftens profil som den beskrivs på hemsidan:

Exploring fashion through art and photography since 2008, Contributor invites the viewer into a three-dimensional world of inspiration and creativity. In bringing together some of the most interesting artists today, we highlight experimental approaches to photography. At its best, fashion imagery can be an agent for change and we want to arouse a more general interest in new ways of looking at everyday situations and the making of pictures.<sup>30</sup>

Medan dess digitala plattform uppdateras dagligen och utgör en samlingspunkt för nya unga fotografer, främst kvinnliga, och visar upp ett rikt flöde av ny fotografi och nya *fashion stories*, produceras den också i tryckt form, som materiell artefakt, för att betraktas, hållas, beröras, kännas och användas i det att den bokstavligen kan tas isär och göras om till tryckta konstaffischer och vykort. Den exemplifierar vad modevetaren Ane Lyng-Jorlén klassificerar som hybridgenren konstmodemagasin där konst och modefotografi sammanstrålar med filosofiska essäer och intervjuer som reflekterar teoretiska aspekter av mode.<sup>31</sup> Men, långt ifrån ett otillgängligt och exklusivt konstobjekt och dyrbart samlarföremål, kostar det bara åtta pund, kan köpas av "alla" och öppnar således upp modefotografiets konst för en mindre bemedlad (yngre) publik med passion för mode/bild.

Om vi nu läser av både bilder och tidskriften som helhet utifrån deras marknadsförande och profilerande verkan blir det meningsfullt att återgå till Barthes grundläggande tankar om bildens retorik. Han skriver att:

[D]et är i reklamen som bildens betydelse utan all tvekan är avsiktlig: vissa egenskaper hos produkten bildar *apriori* reklammedelandets signifikat, dess innehåll (*les signifiés*); och detta innehåll måste förmedlas så tydligt som möjligt. Om bilden rymmer tecken, kan man alltså vara säker på att dessa tecken på just detta område är formade med sikte på en optimal läsning: bildreklamen är uppriktig eller åtminstone emfatisk.<sup>32</sup>

Jag vill i detta sammanhang tolka även modemagasinsomslaget som metonymiskt fungerande *reklam* för tidskriften *Contributor*, för dess skapare, för det specifika temanumret med titeln "Nature as Culture" och för modellen som namnges som Ola Rudnicka.

Nu till frågan på vilket sätt tecknen som förmedlas i vår omslagsbild är "formade med sikte på en optimal läsning". Det språkliga meddelandet i tidskriftsnamnet *Contributor* bör läsas som förankrande. Produkten är en tidskrift vars titel kommunicerar deltagande, medverkan – något som kan anspela både på tidskriftens agens som bidrag till modets spridning, modets och modebildens förnyande, och på agensen hos dem som är involverade i produktionen – från fotografer och skribenter till stylisten och den modell som avbildas. Hennes tryckta namn blir ytterligare en språklig förstärkning och förankring av tidskriftsnamnets betydelse i och med att modellen lyfts från en gängse generaliserande objektstatus till ett individualiserat subjekt. Vidare innebär det tredje språkliga meddelandet "Nature as Culture" vad Barthes kallar en *förankring* och ett *avbyte* för bilden på omslaget men även för tidskriftens samlade visuella och textuella innehåll. Den förankrande texten "dirigerar läsaren bland bildens olika betydelseinnehåll, ser till att han undviker vissa och öppnar sig för andra".<sup>33</sup> Avbyte innebär däremot att bild och text står i ett komplementärt förhållande, båda behövs för att förstå helheten, och, som Barthes skriver, "orden är då fragment av ett mer allmänt syntagm och äger samma rätt som bilderna".<sup>34</sup> *Contributor* är både ett skriftligt bokstavligt namn och har konnotativ metaforisk betydelse i och med att namnet förbildligar idén om den medverkande, bidragande och jämställt engagerade kreatören och det konstruktiva kollektiva och demokratiska samarbetet som tidskriften är ett resultat av. Likaså konnoterar "Nature as Culture" tidskriftsnumrets innehåll och intention att visa samhörigheten mellan natur och kultur och möjligen även fotografens och redaktörens marknadsföring och



profilering av den egna stilen som "naturlig", "autentisk", "mänsklig".<sup>35</sup>

Något som Barthes däremot inte benämner, som inte rymms inom hans läsning av bilden som text, men som jag ser som en viktig del av det språkliga meddelandets funktioner bortom dess verbala innehåll är dess grafiska gestaltning och visuella samspel med bilden som helhet. Här möts återigen kommersiella och visuellt estetiska konstnärliga mekanismer i modemediernas "bländverk": I omslagsbilden är titeln *Contributor* placerad överst i bilden i strålade gult som en fortsättning av den solbelysta gula färgen i kransen, som en gul solstrimma vilken avslutar bildens ljusnande från de mörka löven i botten mot himlen och morgonrodnaden i övre kanten. Den blir därmed en del av bilden, ett ytterligare visuellt tecken och en slags höjdpunkt i bildens varmt tonade färgskala där morgonljuset kan anses förmedla ett symboliskt budskap om hopp och framtidstro på en ny och bättre värld. Till sist förstärker modellens namn i nedre delen av bilden konnotationer till den klassiska porträttkonstens representativa praktiker.

Varje bild är enligt Barthes polysemisk eller mångtydig. Som underlag för sina signifikanter (d.v.s. de uttryck vi ser) har den en "flytande kedja" av signifikat (d.v.s. olika innehåll), bland vilka läsaren/betraktaren kan välja ut några och negligera andra.<sup>36</sup> Vad väljer då jag i egenskap av konst- och modevetare ut som meningsbildande? Innehållet "naturlighet" och "personligt uttryck" förmedlas genom följande uttryck: en till synes osminkad vit ung kvinna med hår som fladdrar i vinden, i yogaställning på en äng i morgonljus, de vissna löven, den enkla blomsterkransen och motljuset. Tillsammans konnoterar dessa denotativa tecken avvikelse och avståndstagande från sina motsatser: konventionella idealiserande eller sexualiserande poser, artificiellt make-up, iögonfallande mode och strålkastarljus i tydligt iscensatta miljöer. Vidare tecken kan urskiljas beroende på betraktarens referensram och förkunskaper. Konsthistorikern som är förtrogen med den svenska nationalromantikens ljusmedvetna naturskildringar

och romantiserande om än naturalistiska personporträtt i fri natur, associerar kanske till Carl Larsson. Här är, som Barthes skriver, ”den nödvändiga kunskapen utpräglad kulturellt betingad”. En kulturell referensram och förtrogenhet med den svenska visuella kulturens koder leder till att ”den svenske” betraktaren kan avläsa konnotationer till nationalromantiskt präglad ”svenskhet” samtidigt som även internationella läsare kan beröras, i och med att den svenska kulturens internationella marknadsföring i hög grad är förknippad med nationalromantiska uttryck, en signatur av ljus, idyll och naturskönhet (se exempelvis Larssons akvarellers och familjeporträtts allmänna spridning i den europeiska och kanske även nordamerikanska visuella kulturen). Svenskhet och internationalitet sammanförs också genom kombinationen av engelska titlar, ett polskt namn på modellen och ett naturmotiv med svenska konnotationer. Ett mindre påtagligt tecken kan avläsas av den som har djupare kunskaper om mode och det senare 1800-talets konstnärliga antimode. Bilden av den sittande modellen i naturfärgade minimalistiska kläder och i nästan frusen symmetrisk ställning framkallar associationer till sekelskifteskunstens konstnärsporträtt och det ofta androgyna, könsneutrala antimode som till exempel uppvisas av outsidersn Ivar Arosenius, som tidigare beskrivits.

Som en vidare reflektion utifrån Barthes tolkning av bildens och annonsens retorik vill jag vända uppmärksamheten mot hans syn på det fotografiska mediet. I samband med diskussionen om denotation betonar han fotografiets analogiska natur som ett ”meddelande utan kod” vilket ger anledning att fundera kring modefotografiets särskilda villkor:

[...] ty av alla typer av bilder är det bara fotografiet som förmår överföra (den bokstavliga) informationen utan att gestalta den med hjälp av diskontinuerliga tecken och transformationsregler. Man bör alltså ställa fotot, som ett meddelande utan kod, i motsats till teckningen som också i sin denoterade form är ett kodat meddelande. [...] teckningen återger inte allt – ofta mycket litet – men upphör ändå inte att vara ett ”starkt” och

fulltonigt meddelande, medan fotot visserligen kan välja ämne, inramning, vinkel, men inte ingripa innanför föremålet (utom genom bildförfälskning). Med andra ord är teckningens denotation mindre ren än den fotografiska denotationen, ty det finns ingen teckning utan stil.<sup>37</sup>

Även om Barthes differentiering mellan teckning och fotografi tjänar en mer teoretisk reflektion i sammanhanget, förefaller den inte minst utifrån exemplet modefotografi förenklande och i viss mån oskuldsfull. Det är just fotografens *stil* med sitt fokus på naturlighet som i vårt exempel kan ses som en av de viktigaste konnotationerna för både tidskriften, dess temanummer och omslaget. Visserligen påpekar Barthes senare i texten att ”människans möjligheter att ingripa i den fotografiska återgivningen (inställning, avstånd, ljus, skärpa, etc.) hör i själva verket alla hemma på konnotationsplanet.” Detta förbiser emellertid stil och estetik. Jag menar att det är just Magnussons stil – avsedd att kommunicera naturlighet, mänsklighet och hälsosamt liv – som är det huvudsakliga innehållet och uttrycket i fotografiet av Ola Rudnicka och inte bara en del av ”konnotationsplanet”.

## Modefotografiets retorik

Efter att i min semiotiska tolkning av två modefoton i sina olika lager och spänningsfält ha ”framkallat” olika denotativa, konnotativa och språkliga meddelanden i bilderna, är det nu på tiden att närma mig deras djupare kulturella betydelseskikt och diskursiva identitetspolitiska dimensioner. Med blick på Barthes avslutande argument om ”italieniteten” i den Panzani-annons han analyserar i ”Bildens retorik” vill jag reflektera över de nationella/kulturella myter som eventuellt konstrueras i Magnussons fotografier. Barthes beskriver hur ”italieniteten är belägen på en bestämd nationalitetsaxel” där olika nationella identiteter differentieras gentemot varandra. Denna innefattar olika ”konnotationssignifikat” (det vill säga innehåll som konnoteras) vars gemensamma fält är ”ideologin som måste vara unik för ett givet samhälle och en given historia, vilka

konnotationssignifikanter den än hänför sig till". Dessa signifikanter utgör tillsammans en retorik och "retoriken framstår följaktligen som ideologins uttryckssida."<sup>38</sup> Om då enligt Barthes analys "tomaten [i reklamannonsen av det franska matvarumärket Panzani] betecknar italieniten med hjälp av metonymi" kan vi läsa in att exempelvis modellerna i Magnussons bilder, den blonda flickan med blomsterkransen eller fotomodellen, i var sin "naturliga" ljussättning och "subjektifierande" iscensättning betecknar och blir metonymiska för fotografens naturalistiska stilideal och personliga konstnärsprofil. I ett vidare steg kan dessa signifikanter länkas till den svensk-internationala modetidskriftens agendor och ännu längre till idén om "svenskhet" och svenska socialdemokratiska ideologiska värderingar.

Genom både visuella och verbala strategier kommunicerar och differentierar Magnussons fotografier, liksom den modetidskrift han står för, strävandet efter ett mänskligt och etiskt sätt att avbilda och förmedla mode samtidigt som modefotografiet ska lyftas fram som konst. Dessa strategier kan, menar jag, inte bara relateras till liknande realistiska och vardagsnära inriktningar inom internationell modefotografi, utan även till andra fenomen inom samtida svenskt mode såsom de gränsöverskridande etiskt och genusmedvetna designidealen och märkesidentiteten hos märken som Acne eller Weekday, vilka lanserar genusneutral, demokratisk och funktionell klädsel enligt "naturliga" kroppsideal, men med avantgardistiska inslag.<sup>39</sup> Medan Magnusson inte explicit har samarbetat med märkena ovan visar hans arbete för exempelvis &Other stories, ett ganska ungt märke inom H&M-gruppen, hur hans fotografiska stil smälter samman med märkesvärden som "kreativitet och personlig stil för att skapa din egen historia", "ansvarsfull produktion av högkvalitativt prisvärt mode som hjälper dig att uttrycka din personlighet". Märkets löfte att hjälpa kvinnor att vara "precis så som de är" motsvarar inte bara Magnussons profil, hans eget varumärke, som naturalistisk, vardagsnära porträttör

av äkta mänsklig närvaro, individualism och subjektivitet inom modevärlden, utan fortsätter att profilera ett varumärke relaterat till svenskhet och ett *simulacrum* av svensk designidentitet som konsoliderades under tidigt 1900-tal.<sup>40</sup>

Ser vi på Magnussons stilistiska och etiska val utifrån en internationell kontext kan de läsas i linje med en nationell svensk mode- och designdiskurs enligt modernistiskt funktionalistiska ideal och socialdemokratiskt förankrade begrepp såsom den feministiska författaren Ellen Keys "skönhet för alla" (1908) eller konsthistorikern Gregor Paulssons proklamationer om "vackrare vardagsvara" (1919) – det vill säga en svensk designideologi och visuell identitet byggda på estetiska tecken såsom ljus, enkelhet, funktionalitet i form av estetiskt högkvalitativa användbara föremål, tillgängliga för alla, i en väl avvägd kombination av konst och hantverk.<sup>41</sup> Dessa ideal, i tydligt samspel med det politiska framväxandet av det svenska socialdemokratiska välfärdssystemet, kom att förenas med funktionalismens, och återspeglas fortfarande i den estetiska signatur och de värderingar som många nationella svenska design- och modemärken, från IKEA till H&M, identifierar sig med.<sup>42</sup> Än idag baseras svensk design- och modeidentitet generellt sett på värden som modernitet, funktionalitet och demokrati, dock inspirerad av högkvalitativt (konst)hantverk och en naturlig, etiskt hållbar samt vacker stil för ett verkligen "mänskligt" svenskt samhälle. Som arkitekten och historikern Kenneth Frampton hävdar: "Indeed, the origin of today's sustainable approach [in Swedish design] may be said to date back to the last half of the nineteenth century, when the bourgeois ideal of a total, all-encompassing artwork came to be given a broader, more inclusive social dimension."<sup>43</sup> I denna anda vore det möjligt att läsa in en implicit politik och socialistiskt präglad etisk ideologi i både Magnussons bildspråk och *Contributor Magazine* med deras särskilda visuella och etiska koder som en både konstnärlig och politisk markering, en differentierande märkesmanifestation

i en alltmer obegränsad expansion av modemedier. Det övergripande konnotationsplanet med sina teckenkedjor, som jag ovan identifierade som en visuell kultur bestående av konst- och modebildens estetiska och innehållsliga värden, har nu utvidgats ytterligare till att även omfatta en nationell kultur och socialpolitisk ideologisk dimension där kreativa, kapitalistiska och identitetsskapande faktorer samverkar inom och genom modemedier.

Oavsett de kommersialiserade modebildskonventionerna som ovanstående analyser har lyft fram, kan Magnussons konstnärliga stilval och visuella programförklaring med icke-objektifierade, individualiserande och naturalistiska modeporträtt, få ytterligare betydelse i ljuset av sin kulturella kontext i en nordisk periferi vid sidan av modevärldens dominanta centra. Enligt Shinkle kan, eller som jag menar, *borde* modebilder tolkas inom en kulturpolitisk kontext: "Ephemeral yet underpinned by a shifting matrix of social and historical circumstances from which they draw, fashion images can, and do, comprise complex forms of ideological address."<sup>44</sup> De har därmed makten att förändra definitioner av identitet, normer och värderingar. Sedda från detta perspektiv exemplifierar Magnussons fotografier och *Contributor*, genom både sin visuella retorik och estetik, sina produktionsvillkor och sin sociala agenda, försöket att sätta och marknadsföra ett demokratiskt och frihetligt "märke" inom ett globalt modesystem med fortsatt djupt problematiska hierarkiska, objektifierande och exploaterande strukturer i ett samtidigt estetiskt avancerat och kreativt sökande efter medial uppmärksamhet. Modefotografi framstår som ett *simulacrum* vars verkningskraft förenar kommersiella och konstnärliga, ekonomiskt profilerande och estetiskt förförande, strategier och konnotationer i ett meningsskapande relaterat till både individuella och kollektiva identiteter.

## Slutnoter

1. Eugénie Shinkle (red.), *Fashion as Photograph: Viewing and Reviewing Images of Fashion*, London/New York, I. B. Tauris, 2010, s. 1–14.

2. Susan Sontag, "The Avedon Eye", *British Vogue*, dec. 1978, s. 104–107.
3. Barthes citerad i Paul Jobling, *Fashion Spreads: Word and Image in Fashion Photography since 1980*, Oxford/New York, Berg, 1999, s. 2.
4. Roland Barthes, *The Fashion System*, övers. Matthew Ward & Richard Howard, Berkeley, University of California Press, 1990 (1983).
5. Barthes, *The Fashion System*, s. xi–xii.
6. Barthes, *The Fashion System*; Roland Barthes, "Bildens retorik", övers. Kurt Aspelin, *Tecken och tydning: Till konsternas semiotik*, red. Kurt Aspelin & Bengt A. Lundberg, Stockholm, PAN, 1976, s. 114–130.
7. Shinkle, s. 4.
8. Shinkle, s. 4.
9. Marketa Uhlířová, "The Fashion Film Effect", *Fashion Media: Past and Present*, red. Djurdja Bartlett, Shaun Cole & Agnès Rocamora, London/Bloomsbury, 2013.
10. Se t.ex. Jobling, där samspelet mellan text och bild i modemagasinuppslag betonas. Även Karen de Perthuis återkommer till Barthes i sina analyser om modefotografi, se t.ex. "Beyond Perfection: The Fashion Model in the Age of Digital Manipulation" i Shinkle eller "The Utopian 'No-Place' of the Fashion Photograph" i Andrea Kollnitz & Marco Pecorari (red.), *Fashion, Performance and Performativity: The Complex Spaces of Fashion*, London, Bloomsbury, 2021. Vidare tillägnas Barthes ett kapitel som viktig mode/moderbild-teoretiker i Agnès Rocamora & Anneke Smelik (red.), *Thinking through Fashion: A Guide to Key Theorists*, London/New York, I.B. Tauris, 2016, se Paul Jobling "Roland Barthes: Semiology and the Rhetorical Codes of Fashion".
11. Se exempelvis Göran Sonesson, *Bildbetydelser: Inledning till bildsemiotik som vetenskap*, Lund, Sudentlitteratur, 1992. Sonesson betonar vikten av Barthes insats, men ställer sig också kritiskt, han sammanfattar kritiken mot Barthes text och kartlägger de efterföljande bildsemiotiker som avviker från Barthes modell. s. 69 f.
12. Om nischmodemagasin se Ane Lynge-Jorlén, *Niche Fashion Magazines: Changing the Face of Fashion*, London, I. B. Tauris, 2015.
13. Roland Barthes, *The Elements of Semiology*, New York, Hill & Wang, 1977, s. 39 f.
14. Barthes, *Elements of Semiology*, s. 91.
15. Daniel Chandler, *Semiotics: The Basics*, New York, London, Routledge, 2017 (2002), s. 162.

16. Chandler, s. 162.
17. Barthes, "Bildens retorik", s. 123.
18. Chandler, s. 164 f.
19. Fiske citerad i Chandler, s. 163.
20. Intervju Magnus Magnusson, 2016.
21. Intervju Magnus Magnusson, 2016.
22. Se Bärbel Sill, "Stardom and Fashion: On the Representation of Female Movie Stars and their Fashion (Able) Image in Magazines and Advertising Campaigns ", *Fashion as Photograph: Viewing and Reviewing Images of Fashion*, red. Eugénie Shinkle, London/NewYork, I. B. Tauris, 2010, s. 127–140.
23. Sarah Cheang, "To the Ends of the World: Fashion and Ethnicity in the Vogue Fashion Shoot", *Fashion Media: Past and Present*, red. Djurdja Bartlett, Shaun Cole & Agnès Rocamora, London, Bloomsbury, 2013, s. 37.
24. Barthes, *Elements of Semiology*, s. 91.
25. Lyng-Jorlén.
26. Om teorier kring och modernistiska konstnärers skapande av antimode se Radu Stern, *Against Fashion: Clothing as Art*, Cambridge, MIT Press, 2003 (1992).
27. Om porträttkonventioner kopplade till idealiserad framställning av kvinnor se exempelvis Shearer West, *Portraiture*, Oxford, Oxford University Press, 2004, s. 145–161; om den manliga, objektifierande blicken se Laura Mulvey, "Visual Pleasure and Narrative Cinema", *Screen*, vol. 16, nr 3, Autumn 1975, s. 6–18; Anna Lena Lindberg (red.), *Konst, kön och blick: Feministiska bildanalyser från renässans till postmodernism*, Stockholm, Norstedt, 1995.
28. John L. Austin, *How to Do Things with Words: The William James Lectures Delivered at Harvard University in 1955*, red. J. O. Urmson & Marina Sbisa, Oxford, Oxford University Press, 1975.
29. Se även Paul Joblings semiotiska analys av bildserier i form av redaktionella modedefoton i så kallade "fashion stories" i modemagasin.
30. *Contributor Magazine*, hemsida, <https://contributormagazine.com/profile/> (hämtat 2020-08-29).
31. Se Lyng-Jorlén.
32. Barthes, "Bildens retorik", s. 114 ff.
33. Barthes, "Bildens retorik", s. 121.



34. Barthes, "Bildens retorik", s. 122.
35. Numret innehåller förutom valda *fashion stories*, texter relaterade till hållbarhet inom modeindustrin, naturfotografi, intervjuer med fotografer som Anders Ekström och deras naturalistiska fotografiska ideal m.m.
36. Barthes, "Bildens retorik", s. 120.
37. Barthes, "Bildens retorik", s. 124.
38. Barthes, "Bildens retorik", s. 128 f.
39. Om realism som stil inom modefotografi se Kate Rhodes, "The Elegance of the Everyday: Nobodies in Contemporary Fashion Photography", *Fashion as Photograph: Viewing and Reviewing Images of Fashion*, red. Eugénie Shinkle, London/New York, I. B. Tauris, 2010, s. 200–213.
40. Medan Barthes i det inledande citatet talar om modemediernas *simulacra* har begreppet *simulacrum* fokuserats ännu tydligare hos Jean Baudrillard, exempelvis i *Simulacra and Simulation*, övers. Paul Foss et al., New York, Semiotext(e), 1983 (1981).
41. Ellen Key, *Skönhet för alla: Fyra uppsatser*, Stockholm: Studentföreningens Verdandis skrifter, 1899; Gregor Paulsson *Vackrare vardagsvara*, Stockholm, 1919.
42. Se även min undersökning av diskursen och nationalistiska värderingar kring Stockholmsutställningen 1930, Andrea Kollnitz "For Our Own Time: Negotiating Tradition, Modernity and the Avant-Garde at the Stockholm Exhibition 1930", *A Cultural History of the Avant-Garde in the Nordic Countries 1925–1950*, red. Benedict Hjartarson et al., Leiden/Boston, Brill Rodopi, 2019, s. 102–120.
43. Kenneth Frampton, "The Untimely Timeliness of Swedish Modernism", *Modern Swedish Design: Three Founding Texts*, red. Lucy Creagh et al., New York, Museum of Modern Art, 2008, s. 15–17.
44. Shinkle, s. 13.