Gustav Westberg

Klädsam autenticitet: om det äkta som
resurs och vara

Smart authenticity: on the genuine as
resource and commodity

Tidsskriftet Sakprosa

Bind 11, Nummer 5

© 2019

10.5617/sakprosa.6990

Sammandrag

Den här artikeln handlar om hur föreställningar om ursprungsfolk re-kontextualiseras i kommersiella sammanhang. Konkret undersöks hur ett svenskt jeansmärke marknadsför sina jeans som 'autentiska' och 'samiska'. Artikeln syftar till att utforska autenticitet som diskursiv praktik och att diskutera hur förledet *sak-* gör det möjligt att inkludera sakprosatexter och andra semiotiska material i analysen av autenticitet. Studien bygger på socialsemiotisk teori och tillämpar *proveniens* och *affordans* som analytiska begrepp. Analysen visar hur bl.a. flerspråkighet, ikonografi, tygvikt och materialval realiserar 'samisk' autenticitet såväl som en kontextspecifik 'global' jeansautenticitet. Genom att visa hur föreställningar om autenticitet omlokaliseras och återuppträffas, bidrar artikeln till förståelse för den semiotiska process då ursprungsfolk i allmänhet och samer i synnerhet omdefinieras som ekonomisk resurs inom den nya, globala ekonomin.

Abstract

This article revolves around the commodification of indigenous groups and investigates the branding of designer jeans as 'authentic' and 'Sámi'. The overall objective is to unpack 'authenticity' as discursive practice and to discuss how the prefix *sak-* (German: *sach*) in "sakprosa" (factual prose) offers a methodological way to encompass nonfictional prose and other semiotic material in the analysis of authentication. Theoretically, the article departs from social semiotics and applies *provenance* and *affordance* as analytical concepts. The analysis reveals how multilingual resources, iconography, garment weight and different materials are used to express 'Sámi authenticity' as well as 'global denim authenticity'. By revealing how authenticity is relocated and reinvented, the paper adds to the understanding of how discourses on indigenous groups in general and discourses on the Sámi in specific are redefined as economic assets within the new, global economy.

Nyckelord: Autenticitet; proveniens; affordans; jeans; samer

Keywords: Authenticity; provenance; affordance; jeans; Sami

Om författaren:

Gustav Westberg är fil. dr. i nordiska språk och biträdande lektor i svenska språket vid Örebro universitet. Hans forskning är grundad i multimodal kritisk diskursanalys och kretsar för tillfället kring hur föreställningar om samer används i kommersiella sammanhang. I olika projekt forskar han dessutom på samtida politisk extremism såväl som på diskurser kring flygande. Några aktuella publikationer är "Common sense as extremism: The multi-semiotics of contemporary national socialism" (med H. Årman) i *Critical Discourse Studies* (2019), "Den multimodala sakprosan" (med P. Ledin, C. Nyström Höög och J. Tønnesson) i *Sakprosa* (2019) och "C som i kritik" (med C. Seiler Brylla & D. Wojahn) i *Kritiska text- och diskursstudier* (2018).

Klädsam autenticitet: om det äkta som resurs och vara

Inledning

Denna artikel undersöker hur föreställningar om autenticitet och samer används för att bygga varumärken inom den nya, globala ekonomin. Ett grundantagande är att autenticitet skapas *semiotiskt* och inte är en inneboende egenskap i artefakter eller kulturer (Aiello & Dickinson, 2014; Aiello & Pauwels, 2014; Dlaske, 2015; Kauppinen, 2014). Snarare än autenticitet fokuserar artikeln således på vad Heller (2011) kallar "authentication", alltså *autenticitetsarbete*. Sådana processer är beroende av *sakprosatexter* som fungerar som direkta yttranden om verkligheten och dess 'autentiska' beskaffenhet (jfr Tønnesson 2012), exempelvis genom berättelser och storytellingpraktiker (Barnes, 2017; Rehnberg, 2014). Konkret uppmärksammar artikeln hur ett svenskt designerjeansmärke – *Sarva* – på semiotisk väg gör sina jeans 'autentiska' och 'samiska'.

Ledin m.fl. (2019) menar att samtidens kommunikationspraktiker kräver att sakprosaforskare beaktar multimodalt meningsskapande. När Sarva marknadsför sina jeans, fyller "klassiska" multimodala texter, där skriftspråk, bilder och layout samverkar, en central funktion. Men själva artefakten bidrar också till autenticitetsarbetet. Så argumenterar Archer och Björkvall (2018; Björkvall, 2018b) att en marknadsförd vara får sin betydelse dels genom texter runt artefakten, men också genom materiella resurser *i* artefakten. Resurser *i* syftar här på hur bl.a. formspråk, materialval och textur kan konnotera en vara med olika betydelser (jfr Wagner, 2015 om förpackningar). I denna artikel ligger tonvikten på hur autenticitet och samiskhet förhandlas i varubeskrivningar och etiketter runt jeansen, men för att fånga dynamiken och de nätverk av multimodala yttranden som är involverade när sakkunskap "görs relevant för verkliga livssituationer" (Karlsson & Landqvist, 2018, s. 28),

inkluderas även själva jeansen som potentiella yttranden om verklighetens beskaffenhet.

Utifrån *socialsemiotisk teori* (Jewitt & Oyama, 2001; Kress & Van Leeuwen, 2001; Van Leeuwen, 2005) riktar artikeln metodiskt fokus mot de *semiotiska resurser* i och runt jeansen som tillsammans bidrar till det övergripande autenticitetsarbetet. Poängen med detta är inte att försöka pressa in kläder i sakprosabegreppet. Poängen är i stället att låta förledet *sak-* hålla samman en analys av hur olika resurser fungerar som gränsöverskridande yttranden om verkligheten inom en och samma (i detta fall kommersiell) institution (jfr Karlsson & Landqvist, 2018, Ledin m.fl., 2019). Artikel syftar på så vis till att utforska 'autenticitet' som diskursiv praktik i samband med att en global handelsvara (designerjeans) marknadsförs som samiska. För att fånga detta undersöks *rekontextualiseringar* (Aiello & Pauwels, 2014; Wodak & Fairclough, 2010) av semiotiska resurser med *konnotativ proveniens* (Kress & Van Leeuwen, 2001) i såväl samisk historia som i den globala designerjeans-industrin. I tillägg används begreppet *affordans* – som avser begränsningar och möjligheter i olika semiotiska material (Ledin m.fl., 2019; Machin, 2016; Kress, 2010) – för att undersöka hur materiella resurser i jeansen bjuder in till förkroppsligade erfarenheter av 'autenticitet'. Genom att undersöka hur resurser med olika proveniens och affordanser vävs samman runt och i jeansen, visar artikeln hur autenticitet återuppträffas i spänningen mellan lokala och globala kontexter. Den detaljerade semiotiska analysen fångar hur förhandling av sakkunskap kan vara materiellt betingad, och artikeln kastar ljus över en för samtiden kännetecknande kommunikationspraktik, som handlar om hur ursprungsfolk och kulturella minoriteter omdefinieras som ekonomisk resurs inom den nya, globala ekonomin (Heller & Duchêne, 2012). I nästa avsnitt sätts detta fenomen i relation till såväl jeansmarknadsföring som till den samiska kontexten.

Jeans, autentisk stil och profitering av ursprungliga

Kläder har semiotiskt potential 'att betyda' (jfr Bouvier, 2016, 2018) och valet att fokusera på jeansmarknadsföring beror på att det är ett klädesplagg som är "extremely personal and extremely ubiquitous" (Miller & Woodward, 2011, s. 6). Ur ett semiotiskt perspektiv går klädval att förstå i termer av *stil*. Van Leeuwen (2005, kap. 7) skiljer mellan individuell stil som uttrycker 'individualitet' och 'personlighet' och social stil som signalerar sociala positioner, ursprung och tillhörigheter, dvs, 'vem vi är' (jfr Eckert, 1989). Uttryck för individuell och social stil blandas som uttryck för olika livsstilar, eller "composites of connotations" (Van Leeuwen, 2005, s. 146), där olika tecken används för att signalera social tillhörighet och individualitet på samma gång. I en antropologisk studie av japanska designerjeans begripliggör Keet (2001) denna spänning i termer av autenticitetsanspråk. Jeans kan nämligen ses som en ikon för ett amerikaniserat och generiskt mode som kapitaliserar på diskurser om genuinitet, autenticitet och det individuella. Följaktligen pekar Keet (2011) ut autenticitetssträvan som ett bränsle för jeansindustrin och som en hävstång för nya varumärken som vill etablera sig på en mer eller mindre mättad marknad. Traditionellt sett har sådana strävanden hanterats med narrativ om jeans som det ursprungliga arbetsplagget för amerikanska cowboys, gruvarbetare och cowboys (jfr Djonov & Van Leeuwen 2011: 546).

Även om USA är jeansens ursprungliga produktionsland, så är Japan idag produktionscentrum för globala designerjeans. Produktionen av högkvalitativt jeanstyng flyttade till Japan efter andravärldskriget, bl.a. som en konsekvens av att Levi's sålde sina vävstolar till japanska väverier. Idag designas samtidigt jeans med globala autenticitetsanspråk i så vitt skilda länder som Sverige och Sydafrika. Nya märken med autenticitetsanspråk följer i regel traditionella produktionstekniker som går att härleda till den tidiga jeansproduktionen i USA och numer till Japan. Det tydligaste kännemärket för sådan produktion

är den karaktäristiska stadkanten utan fransar (*selvedge*), som kommer av att tyget vävs på specifika (gamla) vävstolar som väver smala tyglängder som inte behöver skäras. Andra traditionella tekniker är användning av blå indigofärg, dolda nitar på fickor, särskilda mönster som sys på bakfickorna, tjocklek och kvalitet på tyget samt 'klassisk' passform. Ursprung och arv är följaktligen nyckelresurser för jeansmärken som profilerar sig i relation till varandra (Miller & Woodward 2011, s. 38–39).

För att sticka ut på en global jeansmarknad måste nya jeansmärken dock återuppfinna och omlokalisera ursprung och arv, samtidigt som de inte kan avvika för mycket från den globala jeansindustrins traditionella designpraktiker. Balansakten mellan att uttrycka en relevant social tillhörighet och samtidigt sticka ut som unik innebär alltså ett existentiellt semiotiskt arbete. En handelsvara som inte särskiljs som tillräckligt unik och autentiskt kommer nämligen inte att sticka ut tillräckligt på en global marknad. Samtidigt riskerar en produkt som är "för autentisk" att avvika för mycket från en relevant social stil och därmed misslyckas i termer av global mobilitet (Pietikäinen & Kelly-Holmes 2011).

Beträffande denna balansakt visar aktuella studier av turismdiskurser hur den nya globala ekonomin medfört ett diskursivt skifte i förhållande till ursprungsfolk och kulturella minoriteter (Coupland, Garrett, & Hywel, 2005; Dlaske, 2014, 2015; Duchêne & Heller, 2012; Heller, 2003, 2013; Kauppinen, 2014; Pietikäinen & Kelly-Holmes, 2011). Heller och Duchêne (2012) benämner detta skifte som en övergång från *stolthet* till *profit*. Där stolthetsdiskursen tidigare betonade rättigheter, identitet, kultur och språkligt bevarande i förhållande till ursprungsfolk och språkliga minoriteter, så omdefinierar den senare dessa grupper som ekonomiska tillgångar. Detta skifte berör samerna och det samiska i högsta grad.

Samerna är den enda officiellt erkända ursprungsbefolkningen i Europa och består idag av ca 80 000 – 100 000 individer.¹ Samernas traditionella befolkningsområde *Sapmi* sträcker sig över norra Finland, Norge, Sverige och Ryssland. I likhet med många andra ursprungsfolk är samernas historia präglad av kolonialt förtryck, rasism, segregation och marginalisering såväl som assimilering (Lantto & Mörkenstam, 2008; Mörkenstam, 1999, 2013, 2014). Vanligtvis associeras traditionella samiska levnadssätt till Sapmis natur, till rennärning, jakt och fiske och till ett nomadiskt levnadssätt som följer renhjordarnas vandringar.² Därtill räknas samiskt hantverk (*Duodji*), matlagning och de samiska språken vanligtvis till det samiska kulturarvet. I Sverige idag går det att hitta en uppsjö exempel på hur föreställningar om samer och samiskhet utnyttjas i kommersiella sammanhang: det går att köpa samiska massagebehandlingar³, shoppa kläder som är ”Design[ed] by Sámis, for Sámi people and equally cool souls”.⁴ Det säljs kokböcker och görs teveprogram på temat samisk matlagning, ofta livsstilsförpackat som ”slow food”⁵, och det går det att erfara det samiska genom upplevelseturism.⁶ Det vore dock missvisande tala om detta som något ”nytt” i samband med det samiska. Baglo (2011) visar exempelvis hur föreställningar om det samiska gått på export tidigare, i synnerhet i form av ”levande utställningar” där samiska familjer visades upp på museer i Europa och Amerika under 1800-talet. Aktuell etnografisk och diskursanalytisk forskning visar dessutom på profitdiskursens komplexitet: den gör det möjligt och ekonomiskt motiverat för samiska näringsidkare och konstnärer att omdefiniera vilka uttryck, material och designpraktiker som ska räknas som autentiskt samiska, samtidigt som konsumenters och turisters (stereotypa) förväntningar på autenticitet

¹ Det är omöjligt att ange exakta siffror, och denna uppskattning är hämtad från

<http://samer.se/samernaisiffror>

² <http://samer.se/historia>

³ <https://www.fjallnas.se/sv/mii-gullo-spa/>

⁴ <https://shop.stoorstalka.com/sv/sidor/allmanna-villkor.html>

⁵ <http://www.slowfoodsapmi.com/hem.html>

⁶ <https://visitsweden.com/sapmi-and-sami/>

normerar vilka designpraktiker och platsspecifika erfarenheter som kvalificerar som äkta samiska (Dlaske, 2014, 2015; Pietikäinen, 2013; Pietikäinen & Kelly-Holmes, 2011).

Ur detta perspektiv är inte Sarva unikt, utan ansluter till en pågående kapitalisering av det samiska. Sarva har sitt ursprung i märket *Denim Demon*, som bildades i mitten 2000-talet av två bröder med samiskt påbrå. Denim Demon sålde samiskinspirerade jeans och kläder, men avvecklades under 2010-talet samtidigt som Sarva lanserades, med en tydligare profilering mot premiumdesign, exklusiva materialval och småskalig lokal produktion. Kläderna är förhållandevis dyra och säljs främst i design- och klädbutiker i Stockholm och online, men också genom återförsäljare i Storbritannien, USA, Schweiz och Nederländerna. Sarvas kläder marknadsförs som *inspirerade* av den samiska kulturen utan anspråk på att vara samiskt hantverk.⁷ För att kvalificera som samiskt hantverk måste hantverkaren eller designern nämligen ansöka om ett intyg från *Sameslöjdsstiftelsen Sámi Duodji* som försäkrar att den aktuella artefakten är grundad i samiska traditioner, samiskt form- och färgspråk samt är producerad enligt samiska hantverksmetoder och med traditionella material (t.ex. renskinn, tenn, silver och trä). Duodjiintyget utövar på så vis hegemonisk makt genom att på ett konserverande sätt avgränsa vilka uttryck som räknas som 'äkta' samiska (Dlaske 2014, s. 4). Som dock påpekats erbjuder det diskursiva skiftet från stolthet till profit en möjlighet att utmana denna hegemoni. Så visar t.ex. Dlaske (2014) hur konstnärer omförhandlar icke-traditionella artefakter som samiska med hänvisning till sitt eget samiska ursprung. Detta understryker att autenticitet är något arbiträrt som just åstadkoms semiotiskt, t.ex. genom att fästa ett äkthetsintyg på en artefakt eller genom att åberopa sitt eget ursprung. Mot bakgrund av detta är den kritiska målsättningen (Seiler Brylla, Westberg, &

⁷ https://www.facebook.com/pg/sarvaoutdoor/about/?ref=page_internal;
<http://samer.se/2418>

Wojahn, 2018) med denna artikel att begripliggöra och diskutera Sarvas autenticiteringsarbete som ett uttryck för global kapitalism, snarare än att avtäcka det som kitsch eller fejk. Denna tankegång utvecklas vidare i nästa avsnitt, där artikelns analytiska begrepp introduceras.

'Autenticitet' ur ett socialsemiotiskt perspektiv

Autenticitet har utvecklats från sin ursprungliga funktion på marknaden "as a reassurance to customers 'of a genuine article' to a marketing descriptor that imbues a 'set of values that differentiate it from other more commercialized brands'" (Barnes, 2017, s. 172). Autenticitet innebär alltså en form av retorisk försäkran om äkthet (Johansen, 2002) som åstadkoms genom semiotiska handlingar och utsagor om verkligheten (Coupland m.fl., 2005; Dlaske, 2015; Heller, 2011; Järlehed, 2015; Pietikäinen, 2013; Pietikäinen & Kelly-Holmes, 2011, 2013). Följaktligen måste autenticitet angripas som kontextbaserat betydelseskapande. Detta förutsätter att olika semantiska egenskaper kan åberopas i olika kontexter och i relation till olika teman, kulturer och platser för att realisera betydelsen 'autenticitet'. För att fånga Sarvas autenticitetsarbete avgränsas analysen till två semantiska domäner.

För det första inspireras analysen av studier som identifierat hur ursprungsfolk konstrueras som autentiska med hänvisning till 'lokalitet' och 'närhet till kultur' (Dlaske, 2015; Pietikäinen & Kelly-Holmes, 2011; Waller & Lea, 1999). Dessutom, och mot bakgrund av att ursprung och arv är centrala värden inom jeansmarknadsföring fokuserar analysen även på 'historicitet'. Coupland m.fl. (2005) påpekar nämligen att fenomen och artefakter som representeras som autentiska ofta associeras med 'att ha överlevt' och 'att ha historien på sin sida'. Den socialsemiotiska analysen riktar ljuset mot hur semiotiska resurser både runt och i jeansen realiserar 'lokalitet' och 'historicitet'. Semiotiska resurser förstås här som de betydelseskapande material vi använder för att kommunicera, såsom färg, form, språk och materialitet (Van Leeuwen, 2005).

För att fånga hur 'lokalitet' och 'historicitet' realiseras undersöks de semiotiska resursernas *proveniens* och *affordanser*.

Proveniens har att göra med konnotativt betydelsespotential och hur 'mythical' signifieds are 'imported' from some other domain (some other place, time, social group, culture) to signify a complex of ideas and values which are associated with that 'other' domain by those who do the importing" (Kress & Van Leeuwen, 2001, s. 72). Proveniens handlar alltså om rekontextualiserade elements historiska eller nutida ursprung och konnotationerna som detta ursprung bär med sig (Archer & Björkvall, 2018; Björkvall, 2018b; Westberg & Årman, 2019). Analysen av Sarvas autenticitetsarbete tar sikte på platsspecifik och historisk proveniens, dvs. hur sakkunskap om 'lokalitet' och 'historicitet' konnoteras i sakprosatexter runt jeansen såväl som genom de materiella resurser som jeansen består av.

I en studie av hur cafékedjan Starbucks designar sina lokaler konstaterar Aiello och Dickinson att 'autenticitet' kan realiseras genom konnotationer såväl som med "emplaced and embodied claims of difference" (2014, s. 306). Denna distinktion är viktig även för föreliggande studie, och för att fånga den senare typen av betydelsepotential tillämpas affordansbegreppet. Begreppet myntades av Gibson (1977) och syftade ursprungligen på de möjligheter och begränsningar som finns inneboende i olika materiella miljöer. Kress (2010) utvidgar emellertid begreppet till "modal affordances" för att konceptualisera de möjligheter och begränsningar som finns inneboende i olika semiotiska material. Inom socialsemiotisk forskning används affordansbegreppet i regel för att visa hur t.ex. fotografi kontra skriftspråk för med sig olika semiotiska möjligheter och begränsningar (Machin, 2016; Westberg, 2017). Som komplement till proveniensbegreppet, som alltså används för att fånga konnoterad lokalitet och historicitet, används affordansbegreppet för att undersöka hur olika semiotiska material i jeansen bjuder in till förkroppsligade möjligheter att erfara 'autenticitet'. De två begreppen gör det

alltså möjligt att på ett komplementärt sätt ta sig an den väv av multimodala resurser som är involverade när sakkunskap om autenticitet förhandlas.

Att göra designerjeans autentiska

I detta avsnitt presenteras analysen av Sarvas autenticitetsarbete. Analysen fokuserar på Sarvas flagskeppsmodell *Riekte*, som säljs för 2 200 kronor. Datan består av produktbeskrivningen från webshopen, etiketterna som sitter på jeansen samt själva jeansen. Resultatet är strukturerat så att framträdande resurser runt jeansen (flerspråkighet och ikonografi) analyseras först, varpå framträdande resurser i jeansen (tygvikt, materialval, textur och färg) analyseras. Figur 1 återger jeansen så som de representeras på webshopen.

Figur 1. Produktbeskrivning från Sarvas hemsida: <http://sarva.se/shop/denim/riekte-sami-selvedge/> (27.05.2019)

Flerspråkighet

Detta avsnitt uppmärksammar den resurs som kanske tydligast låter sig förknippas med sakprosa: flerspråkighet i skrift. Som framgår av Figur 1 används engelska som huvudsakligt språk, med inslag av svenska, sydsamiska och japanska. Denna flerspråkighet måste förstås i ljuset av hur språklig mångfald kommodifieras inom den nya globala ekonomin “as a sign of authenticity [...], useful as added value for niche markets and for distinguishing among standardized products that have saturated markets” (Heller, 2010, s. 102–103). Tittar vi på vad de olika språken används till, ser vi att engelskan informerar om jeansens särprägel samt anger storlek och tillverkningsland (Figur 2 och 3). Den engelskspråkiga skriften innehåller dessutom lexikala enheter (*made in, premium, selvedge, denim, vintage*) vars proveniens går att spåra i ett register kopplat till globala designerjeans, men också till ett standardiserat globalt konsumtionsregister (jfr Jaworski, 2015). På ett liknande sätt har passformsbeskrivningen “Slim/regular with straight legs and normal height waist” proveniens i en global jeanstypologiserande genre. På en generell nivå åstadkommer alltså engelskan mobilitet genom att dra in olika globalt igenkännbara provenienser.

I kontrast till engelskan används svenska, sydsamiska och japanska för att konnotera ’lokalitet’, samtidigt som engelskan gör det lokala internationellt tillgängligt (jfr Pietikäinen & Kelly-Holmes, 2011, s. 332–333). Detta illustreras med Figur 2, som avbildar emblemen som är fastsydda på insidan av jeansens vänstra framficka.

Figur 2. Flerspråkiga resurser

I emblemet längst ned används de japanska tecknen 日本デニム, som översätts till 'japansk denim'. Tecknens konnoterade 'japanskhet' får sin autenticitetspotential mot bakgrund av Japan som historiskt och lokalt produktionscentrum av kvalitetsjeanstyg (Keet, 2011). Japanskan är dock inbäddad i och upprepad i engelska ("premium japanese selvedge denim"), vilket understryker språkets symboliska funktion. I texterna används svenska i ortsnamnen *Bringåsen*, *Jämtland* och *Östersund*, vilka konnoterar det 'lokalt nordliga' ur ett nationellt såväl som internationellt perspektiv.

Beträffande sydsamiska är varumärkesnamnet mest iögonfallande: *Sarva* översätts till '(fullvuxen han)ren', vilket aktualiserar proveniens i samisk rennäring.⁸ *Riekte* översätts i sin tur till 'rak/rät', vilket pekar mot hur jeanspassformer beskrivs på den globala jeansmarknaden. Sarvas två andra jeansmodeller heter *Barka* och *Aerpie*, vilket översätts till 'arbete/yrke'

⁸ Översättningarna baseras på Israelsson (2015).

respektive 'arv'. Dessa namn aktualiserar proveniens i narrativet om jeans som det ursprungliga arbetsplagget och tillskriver jeansen potential som bärare av historicitet. Användningen av japanska, svenska och sydsamiska illustrerar alltså hur perifera språk kommodifieras som symboliska och kontrasterande tecken på autenticitet i relation till engelskan som lingua franca.

Ikonografi

Detta avsnitt uppmärksammar hur visuella resurser bidrar till autenticitetsarbetet. Mer konkret undersöks *ikonografiska* resurser och hur denotativa representationer konnoterar 'lokalitet' och 'historicitet'. Analysen är inspirerad av Panofsky (1955) och Barthes (1977) och socialsemiotiska tillämpningar av deras arbeten (Ledin & Machin, 2018a; Van Leeuwen, 2001; Westberg & Årman, 2019).

Ikonografiska symboler används såväl i texter runt som på jeansen. Mest iögonfallande är en streckgubbe som håller i ett pilbågsliknande föremål (Figur 3).

Figur 3. Ikonografisk streckgubbe

Figuren aktualiserar proveniens och en ikonografisk tolkningsram genom sin avskalade och enkla stil. Avsaknaden av detaljer och den 'enkla' estetiken i samspel med etsning i (ren)läder och metall pekar mot en global proveniens i ursprungskonst och -hantverk. Delvis går denna proveniens att spåra i estetik så som den känns igen från grottmålningar, hållristningar och runor.

Utöver denna generella proveniens pekar figuren också mot ett mer distinkt ursprung i samisk mytologi. Denna proveniens låter sig spåras med avbildningarna i Figur 4, som återger motiven på en samisk ceremoniell trumma. Bilden till höger är en förstoring av figuren i trummans övre centrum.

Figur 4. Motiv på *Trumma nr. 1* (Manker, 1950, s. 219)

Figur 4 återger den så kallade *Trumma nr. 1* i Mankers (1950) fullödiga inventering av samiska trummor. Inom samisk religion har *nåjden* traditionellt fyllt rollen som medlare mellan olika spirituella världar, platser och tider (Bäckman, 2013), och ceremoniella trummor har tillsammans med *jojken* varit nåjdens medel för trancedental resor. Den äldsta skriftliga källan

som vittnar om trummor är från sent 1100-tal (Christoffersson, 2010), men det bristfälliga källäget gör det omöjligt att säga vad trummotiv verkligen betyder eller en gång betydde. Trots detta har det uppförstorade motivet i Figur 4 tolkats som en representation av 'jägaren' (Christoffersson, 2010; Manker, 1950; Westman, 2001). Oavsett om denna tolkning fångar figurens ikonografiska motiv (Panofsky 1955, s. 31), så står det klart att Sarva re-kontextualiserar symbolen som en ikon för 'samiskt kulturarv'. Streckgubben medierar med andra ord jeansen som en länk mellan samisk historicitet och nutid.

Streckgubben återkommer även på en etikett av brun kartong som sitter fastknuten i jeansen (Figur 5). Mest framträdande är dock den avbildade naturen, som knyter an till en diskurs om 'den orörda naturen i norr'.

Figur 5. Ikonografisk natur

I textens centrum avbildas en skogssjö med omgivande granskog och snöiga fjälltoppar. Dessa denotativa resurser konnoterar ett 'naturligt' och 'lokalt' Sapmi, ett landskap som är känt för sin orörda natur och sina berg, vidder och fjällskogar. Detta är livsmiljön som vanligtvis associeras med traditionella samiska levnadssätt och näringar såsom renskötsel, fiske och jakt. Inga sådana praktiker avbildas dock. I stället representeras naturen som stiliserad, obefolkad och tyst, vilket pekar mot ett konventionaliserat och globalt sätt att representera natur på inom turismdiskurser (Heller & Duchêne, 2012; Thurlow & Jaworski, 2011). Denna proveniens går att spåra genom intertextuella korsläsningar av turisthemsidor såsom *visitsweden.com/sapmi-and-sami* och *swedishlapland.com/sv*. På sådana hemsidor representeras naturen på liknande vis för att associera det 'samiska' med ett slags 'naturlig ursprunglighet' och 'historisk kontinuitet'. Med andra ord hittar resurserna i Figur 5 sin proveniens i en större diskurs om naturen och det nordliga som en plats för rekreation, tystnad och vila (jfr Olafsdottir, 2013). Detta betonas ytterligare i textens skrift: de aktuella jeansen är designade "for rugged wear while hiking, hunting, fishing, boating or mountaineering", dvs. praktiker som dels går att associera till traditionella samiska levnadssätt, men som också kännetecknar en samtida friluftslivstil som bejakar en idé om att gå tillbaka till naturen (Westberg & Årman, 2019).

Såväl streckgubben som den avbildade naturen sätter alltså ljuset på hur lokalitet och historicitet, dvs. sakkunskap om autenticitet, vävs samman visuellt. Dessa resurser ger konsumenten möjlighet att erfara det samiska och förkroppsliga Sapmi i tid och rum genom jeansen, utan att behöva resa till det ställe som namnet Sapmi pekar ut. I de efterföljande två avsnitten utvecklas analysen av hur resurser i jeansen bidrar till autenticitetsarbetet genom att både konnotera och affordera autenticitet.

Tygvikt

När man håller i ett par nya Riektejeans så slås man av hur stela och styva de är. Denna egenskap beror på tygets vikt samt den råa, ej förtvättade indigofärgningen. På webshopen anges ”14 oz” som specifikt mått på tygets vikt, vilket refererar till tygets vikt i ounce per kvadratyrd.⁹ Denna angivelse hittar sin proveniens i den princip för tygtypologisering som används av såväl anrika märken (t.ex. *Levis*, *Edwin*, *Studio D’Artisan* och *Evisu*) som nyare märken (t.ex. svenska *Nudie*, norska *Livid* och sydafrikanska *Real&Simple*) på den globala jeansmarknaden. Jeanstyng som väger 12–16 oz brukar klassificeras som mellantunga till tunga.¹⁰ Bouvier (2016, s. 375, 2018, s. 196) noterar att ’tungt’ tyg har potential att konnotera ’genuinitet’, ’varaktighet’ och ’funktionalitet’, medan lättare tyger kan betyda ’lätthet’, ’elegans’ och ’förgänglighet’.

Dessa konnoterade värden genljuder med jeansplaggets proveniens som arbetskläder för gruvarbetare, cowboys och skogshuggare, men pekar också mot behovet av slitstarka och skyddande kläder för utövandet av traditionella samiska levnadssätt såsom renskötsel och jakt. Den mest ikoniska representationen av slitstyrkan hos jeanstyng är förmodligen avbildningen på Levi’s läderetikett, där två hästar försöker slita isär ett par jeans. När jeansens ’tunga’ vikt specificeras i produktbeskrivningen, aktualiseras alltså historisk proveniens i ett grundnarrativ om jeans som lämpade för kroppsarbete.

Utöver tygviktens konnoterade autenticitet, så bär tygets vikt på affordanser som förstärker deras ’autentiska’ betydelse. En tydlig affordans i tungt och otvättat jeanstyng är att det inte låter sig skrynklas så lätt. Tygets styvhet gör dessutom plagget obekvämt att bära när det är nytt; det är till och med

⁹ 1 ounce motsvarar ca 28.4 gram; en yard mäter 91.44 cm.

¹⁰ Se t.ex. https://www.levi.com/US/en_US/features/denim-dictionary/fabrics

svårt att böja sig i jeansen när de är nya och det hårda tyget 'skär in' i såväl midja som knäveck. I detta ligger samtidigt att tygets vikt afforderar att 'bli följsamt'; tygets vikt bjuder in bäraren att göra jeansen mjuka och bekväma genom långvarig användning. Detta indikerar att 'varaktighet' inte bara är en konnoterad potential, utan också en förkroppsligad erfarenhet som jeanstyget och dess vikt påbjuder. Med andra ord pekar tygets affordans framåt i tid och realiserar 'historicitet' genom att antyda att plagget har 'potential att överleva historien'.

Materialval, textur och färg

Avslutningsvis lyfter detta avsnitt hur olika resurser i jeansen adderar till deras 'autenticitet'. I Figur 3 avbildas ett av de semiotiskt mest utmärkande och i skrift tematiserade materialvalen: jeansens skinnetikett. Som redan påpekats är etiketten gjord av renskin. Detta val aktualiserar uppenbar proveniens i samisk rennäring och fungerar som symbol för samisk kulturhistoria och samiska levnadssätt. Denna design har samtidigt proveniens i traditionell jeansdesign; redan vid 1800-talets senare hälft fäste Levi's en läderetikett på höger baksida av byxlinningen. För att försäkra sig om att potentiella konsumenter inte tolkar etiketten som en 'vanlig' jeansetikett av läder och därmed missar dess 'autentiska' och differentierande betydelse, anger produktbeskrivningen på hemsidan att "The leather patch is made in Sweden with naturally tanned reindeer leather from KERO Company in Sattajärvi". Oavsett om en potentiell konsument känner till företaget KERO (som bl.a. producerar näbbskor) eller vet var någonstans Sattajärvi ligger, så bidrar dessa lokala referenser till att differentiera varan.

Att materialval är tätt förbundet med Sarvas autenticitetsarbete framgår i texter runt jeansen, särskilt där tygets japanska proveniens pekas ut (Figur 6). Som nämnts tidigare hittar konnoterad 'japanskhet' sin potential i ett narrativ om hur jeansproduktionen (vävstolarna inkluderat) flyttade från amerikanska

till japanska väverier vid 1900-talets mitt. Att det i Sarvas fall handlar om historiskt 'autentiska' vävstolar signaleras av adjektivet *vintage* i nominalfrasen "vintage Toyoda shuttle loom" (Figur 1) och i bisatsen "passed down over many generations" (Figur 6).

Figur 6. Utpekad japansk proveniens

I texter runt jeansen aktualiseras alltså såväl japansk lokalitet ("made in Japan") som historicitet ("vintage", "many generations"). Samtidigt finns det resurser i jeansen, och särskilt i deras textur, som bidrar till den 'autentiska' betydelsen. Ur ett semiotiskt perspektiv refererar textur till synestetisk interaktion mellan taktila och visuella egenskaper hos resurser (Djonov & Van Leeuwen, 2011, s. 553). Så påpekar Björkvall (2018b) att repig textur i plastmaterial kan signalera 'använt och begagnat', medan plana och orepade plasttytor kan betyda 'nytt'. Det aktuella jeanstyget har texturegenskaper som både kan ses och kännas; väven är tät, ogenomskinlig och kompakt och har en distinkt taktil och 'grov' och 'ojämn' struktur (Figur 7).

Figur 7. Närbild på jeanstygets struktur

Tygets textur går att analysera i termer av täthet och styvhet (Djonov och Van Leeuwens 2011); det är hårt och knottrigt i motsats till mjukt och lent (jfr Bouvier, 2018: 198), tätt i motsats till glest (vilket hänger ihop med tygets vikt och trådtäthet). Tygets höga trådtäthet afforderar dessutom 'motståndskraft' och 'varaktighet', vilket kontrasterar mindre täta tyger som lättare släpper igenom luft och 'andas' och därmed gör dem mer utsatta för andra material. Så betraktat kan tunnare tyg betyda 'skör' och 'förgänglig'; det tunna tyget har helt enkelt begränsade möjligheter att stå emot slitage. De aktuella byxornas textur och afforderade motstånd bjuder ur detta perspektiv in till betydelser som 'soliditet', 'slitstyrka' och möjligen även 'kvalitet'. Detta förstärks även av den mättade indigofärg som tygets varp (vävens längsgående trådar) är färgad med. Färgen och dess begränsade kulörvariationer indikerar att tyget är 'obehandlat', 'rått' och 'oslitet'.

Valet av indigoblå aktualiserar även konnotativ proveniens som den 'ursprungliga' jeansfärgen (Keet, 2011). I likhet med hur engelskan bäddar in

symbolisk flerspråkighet, bäddar den indigoblå färgen in kontrasterande färger som konnoterar 'lokalitet' och samisk proveniens. I bilden till vänster i Figur 8 avslutas den gula sidsömmen som ett kors mot det indigoblå tyget, dvs. som en svensk flagga, samtidigt som det dekorativa tyget på den högra bakfickan (mittbilden) och färgen på selvedgesömmen (högerbilden) rimmar med den sydsamiska flaggans färger (röd, blå, grön).

Figur 8. Selvedge och färgade sömmar

Figur 8 illustrerar alltså hur färgval åstadkommer lokal differentiering i relation till de globalt igenkännbara betydelser som jeanstygets textur och färg aktualiserar. På ett liknande sätt kontrasteras jeanstygets täta väv och förutsägbara (taktila) mönster av ett mjukt bomullstyg med oregelbundna visuella mönster på jeansen insida (Figur 9).

Figur 9. Mönstrat förstärkningstyg

Mönstret på förstärkningstyget är oregelbundet distribuerat över det blå tyget och består av vita prickar i varierad storlek och med ojämna konturer. Prickarna är oregelbundet tecknade samtidigt som de bildar blomformer. I kontrast till jeanstygets proveniens i globalt väverihantverk, så pekar detta mönster snarare mot 'lokalt hantverk' och en allmän proveniens i stor-mönstrad ursprungskonst (ungefär "indigenous art" på engelska). På ett mer distinkt vis realiserar gylfknapparnas cirkelformade mönster (Figur 10) samisk proveniens genom sin likhet med mönster som återkommer i Duodji-traditionens tennhantverk och silversmide. Iakttagelserna i detta och det föregående avsnittet visar alltså hur förhandlingen av autenticitet har en taktill och tydligt materiell verklighetsförankring.

Figur 10. Knappmönster

Avslutande diskussion

Den här artikeln har undersökt autenticitet som multimodal, diskursiv praktik i samband med att designerjeans marknadsförs som samiska. Genom att låta förledet *sak-* vägleda analysen har det varit möjligt att inkludera traditionella sakprosatexter och själva jeansen som kompletterande multimodala utsagor om verkligheten och dess beskaffenhet. På så vis har artikeln belyst hur förhandling av sakkunskap kan vara materiellt betingad. Med begreppen proveniens och affordans har analysen visat hur autenticitet kan realiseras konnotativt såväl som genom påbjudna kroppsliga erfarenheter. Denna distinktion är primärt analytisk och det finns flera fall av empiriska överlapp. Samtidigt bidrar analysen med kunskap om hur vissa semiotiska material (t.ex. tygvikt, materialval och textur) har möjlighet att både konnotera och affordera autenticitet, medan andra (t.ex. ikoner, färgval och flerspråkighet) främst har potential att konnotera 'autenticitet'. Därtill visar analysen hur skriftspråk används för att 'hävda' autentiskt ursprung. Vidare har analysen fångat hur jeansens materialitet framförallt bjuder in till erfarenheter som

ansluter till idén om jeans som autentiskt och slitstarkt arbetsplagg, medan samisk autenticitet tycks mer beroende av kontextuellt igenkännbara konnotationer hos visuella symboler, miljöer, material, färger och orter.

Denna iakttagelse aktualiserar en metodologisk fråga om vilken kulturell förförståelse som behövs för att känna igen 'historicitet' och 'lokalitet'. Å ena sidan behöver resurser som används i autenticitetsarbetet vara tillräckligt generiska och stiliserade för att artefakten ska kunna tilltala en global publik och relevant social stil. Å andra sidan behöver resurserna vara tillräckliga specifika och unika för att kunna kapitalisera på det som uppfattas som 'autentiskt'. Som analysen visat hanterar Sarva detta genom att bädda in symboler för autenticitet (t.ex. renskinn, samiska färger, ikoner, sydsamiska) i en annars globalt igenkänd design och stil (t.ex. indigoblått denimtyg och engelska). Autenticitetsarbetet kommer alltså till uttryck som symboliska kontraster, som ofta är språkligt indexerade. Differentieringen löper med andra ord låg risk att gå för långt, och arbetet med att göra jeansen autentiska framstår, för att låna Aiello och Pauwels ord, som "a highly structured (and possibly sanitized) endeavour for the achievement of globalist ends" (2014: 278).

Dessa iakttagelser bidrar vidare till förståelse för vad den diskursiva rörelsen från stolthet till profit innebär: det 'samiska' rekontextualiseras som en särskiljande och delvis stiliserad kontrast. Som Baglo (2011) påpekar är export och kommodifiering av kultur aldrig neutral, utan bidrar till en förhandling av status och positioner. När 'samiskhet' konnoteras med referens till renskötsel, jakt och arbete som kräver slitstarka kläder, går det att kritisera Sarvas autenticitetsarbete för att kapitalisera på och förstärka kolonialt rotade idéer om samer som särskilt lämpade för manuellt arbete och renskötsel (se Mörkenstam, 2014). I ljuset av etnografiska insikter om hur dylika stereotyper blir möjliga att omförhandla genom en ekonomisk uppvärdering av det lokala och autentiska (Dlaske, 2014, 2015; Pietikäinen, 2013; Pietikäinen & Kelly-

Holmes, 2011), går det dock att betrakta Sarvas arbete ur motsatt perspektiv. Genom att föra samman samisk proveniens med narrativ kopplade till global jeansindustri luckrar de också upp gränserna för vad som kan räknas som samiskt. Det vore alltså förenklande att kritisera Sarvas autenticitetsarbete för att (endast) kapitalisera på stereotyper.

Som påpekades inledningsvis gör artikeln inga anspråk på att pressa in artefakter och kläder i sakprosabegreppet. Ambitionen har inte heller varit att upprätta typologier för vad som ska räknas som sakprosa. I stället har artikeln haft som ambition att belysa en metodologisk potential i sakprosabegreppet. Som förhoppningsvis framkommit erbjuder förledet *sak* en möjlighet att utforska hur sakkunskap (om autenticitet i detta fall) förhandlas i en väv av sakprosatexter och andra semiotiska material och designpraktiker. Ur ett diskursanalytiskt perspektiv öppnar alltså förledet *sak* upp för studier av kunskap *om* verkligheten så som den förhandlas inte bara genom texter, utan även genom materiella resurser *i* verkligheten. Om den aktuella analysen hade avgränsats till klassiska sakprosatexter, hade det helt enkelt inte varit möjligt att skapa tillräcklig förståelse för det aktuella forskningsobjektet, dvs. autenticitet som diskursiv praktik. Med denna reflektion uppmanar artikeln avslutningsvis andra sakprosaforskare att fortsätta bejaka nya empiriska och metodiska kontaktytor.

Referenser

- Aiello, G., & Dickinson, G. (2014). Beyond authenticity: A visual-material analysis of locality in the global redesign of Starbucks stores. *Visual Communication*, 13(3), s. 303–321.
- Aiello, G., & Pauwels, L. (2014). Special issue: Difference and globalization. *Visual Communication*, 13(3), s. 275–285.
- Archer, A., & Björkvall, A. (2018). The "semiotics of value" in upcycling. I: S. Zhao, E. Djonov, A. Björkvall, & M. Boeriis (Red.), *Advancing multimodal and critical discourse studies: interdisciplinary research inspired by Theo Van Leeuwen's social semiotics*, s. 165–180. New York: Routledge.
- Baglo, C. (2011). *På ville veger? Levende utstillinger av samer i Europa og Amerika*. Tromsø: Universitetet i Tromsø.
- Barnes, A. (2017). Telling stories: The role of graphic design and branding in the creation of 'authenticity' within food packaging. *International Journal of Food Design*, 2(2), s. 183–202.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. London: Fontana Press.
- Björkvall, A. (2018a). Critical genre analysis of management texts in the public sector: Towards a theoretical and methodological framework. I: D. Wojahn, C. Seiler Brylla & G. Westberg, (Red.), *Kritiska text- och diskursstudier*. Text- och samtalsstudier från Södertörns högskola 6, s. 57–80. Huddinge: Södertörns högskola.
- Björkvall, A. (2018b). Det värdefulla skräpet: "Upcycling" och värdeökningens semiotik. I: I.-L. Grahn, H. Landqvist, A. Nord, L. Rogström, & B. Wallgren Hemlin (Red.), *Grammatik, kritik, didaktik: nordiska studier i systemisk-*

funktionell lingvistik och socialsemiotik, s. 55–77. Göteborg: Göteborgs universitet.

Bouvier, G. (2016). Discourse in clothing: the social semiotics of modesty and chic in hijab fashion. *Gender and Language*, 10(3), s. 364–385.

Bouvier, G. (2018). Clothing and meaning making: a multimodal approach to women's abayas. *Visual Communication*, 17(2), s. 187–207.

Bäckman, L. (2013). *Studier i samisk religion*. Stockholm: Institutionen för etnologi, religionshistoria och genusvetenskap, Stockholms universitet.

Christoffersson, R. (2010). *Med tre röster och tusende bilder: om den samiska trumman*.

Coupland, N., Garrett, & Hywel, B. (2005). Wales Underground: Discursive Frames and Authenticities in Welsh Mining Heritage Tourism Events. I: A. Jaworski & A. Pritchard (Red.), *Discourse, communication and tourism*, s. 199–222. Clevedon: Channel View Publ.

Djonov, E., & Van Leeuwen, T. (2011). The semiotics of texture: from tactile to visual. *Visual Communication*, 10(4), s. 541–564.

Dlaske, K. (2014). Semiotics of pride and profit: interrogating commodification in indigenous handicraft production. *Social Semiotics*, 24(5), s. 582–598.

Dlaske, K (2015). Discourse Matters: Localness as a Source of Authenticity in Craft Businesses in Peripheral Minority Language Sites. *Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines* 7(2), s. 243 – 262.

Duchêne, A., & Heller, M. (Red.). (2012). *Language in late capitalism: pride and profit*. New York: Routledge.

Eckert, P. (1989). *Jocks and burnouts: social categories and identity in the high school*. New York: Teachers College Press.

Gibson J. J. (1977). "The theory of affordances," in *Perceiving, Acting, and Knowing. Towards an Ecological Psychology*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Inc.

Heller, M. (2003). Globalization, the new economy, and the commodification of language and identity. *Journal of Sociolinguistics*, 7(4), s. 473–492.

Heller, M. (2010). The Commodification of Language. *Annual Review of Anthropology*, 39(1), s. 101–114.

Heller, M. (2011). *Paths to Post-Nationalism: a critical ethnography of language and identity*. New York: Oxford University Press.

Heller, M. (2013). Repositioning the Multilingual Periphery. I S. Pietikainen & H. Kelly-Holmes (Red.), *Multilingualism and the Periphery*, s. 17–34. Oxford: Oxford Univ. Press.

Heller, M., & Duchêne, A. (2012). Pride and Profit: Changing Discourses of Language, Capital and Nation-State. I A. Duchêne & M. Heller (Red.), *Language in late capitalism: pride and profit*, s. 1–21. New York: Routledge.

Israelsson, P.-M. (2015). *Svensk-sydsamisk, sydsamisk-svensk ordbok = Daaroen-åarjelsaemien, åarjelsaemien-daaroen baakoegärja*. Kiruna: Sametinget.

Jaworski, A. (2015). Globalese: a new visual-linguistic register. *Social Semiotics*, 25(2), s. 217–235.

Jewitt, C., & Oyama, R. (2001). Visual Meaning: A Social Semiotic Approach. I T. Van Leeuwen & C. Jewitt (Red.), *The Handbook of Visual Analysis*, s. 143–156. London: SAGE Publications Ltd.

Johansen, A. (2002). *Talerens troverdighet: Tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk*. Oslo: Universitetsforlaget.

Järlehed, J. (2015). Äkta vara? Norden och autenticitet i svenska turistbroschyrer. I J. Järlehed & K. Vajta (Red.), *Norden i Europa : rörelser, resor, föreställningar 1945-2014*, s. 71–94. Göteborg: Centrum för Europaforskning.

Karlsson, A.-M., & Landqvist, M. (2018). Gränsöverskridande meningsskapande. Om relevansen hos begrepp som text och sakprosa för förståelsen av hälsokommunikation. *Sakprosa*, 10(1), s. 1–33.

Kauppinen, K. (2014). Welcome to the end of the world! Resignifying periphery under the new economy: a nexus analytical view of a tourist website. *Journal of Multicultural Discourses*, 9(1), s. 1–19.

Keet, P. (2011). Making New Vintage Jeans in Japan: Relocating Authenticity. *TEXTILE*, 9(1), s. 44–61.

Kress, G. R. (2010). *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. London; New York: Routledge.

Kress, G. R., & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.

Lantto, P., & Mörkenstam, U. (2008). Sami Rights and Sami Challenges: The modernization process and the Swedish Sami movement, 1886–2006.

Scandinavian Journal of History, 33(1), s. 26–51.

Ledin, P., & Machin, D. (2018). *Doing visual analysis: from theory to practice*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Ledin, P., Nyström Höög, C., Tønnesson, J. & Westberg, G. (2019). Den multimodala sakprosan. *Sakprosa*. 11(4), s. 1–50.

Machin, D. (2016). The need for a social and affordance-driven multimodal critical discourse studies. *Discourse & Society*, 27(3), s. 322–334.

Manker, E. (1950). *Die lappische Zaubertrommel : eine ethnologische Monographie. 2, Die Trommel als Urkunde geistigen Lebens / von Ernst Manker*. Stockholm: Thule.

Miller, D., & Woodward, S. (2011). *Blue jeans: the art of the ordinary*. Berkeley: University of California Press.

Mörkenstam, U. (1999). *Om "Lapparnes privilegier": föreställningar om samiskhet i svensk samepolitik 1883-1997*. Stockholm: Stockholm University Press.

Mörkenstam, U. (2013). Svensk samepolitik och rättfärdigandet av den inre kolonisationen av Sverige förr och nu. I B. Andersson (Red.), *Samer: om Nordmalingdomen och om ett urfolks rättigheter och identitet*, s. 241–272. Norsborg: Recito.

Mörkenstam, U. (2014). The Constitution of the Swedish Sámi People: Swedish Sámi Policy and the Justification of the Inner Colonization of Sweden. I J. Tripathy & S. Padmanabhan (Red.), *Becoming minority: how*

discourses and policies produce minorities in Europe and India, s. 88–110.
New Delhi: SAGE.

Olafsdottir, G. (2013). "... sometimes you've just got to get away": On trekking holidays and their therapeutic effect. *Tourist Studies*, 13(2), s. 209–231.

Panofsky, E. (1955). *Meaning in the visual arts: papers in and on art history*. New York: Doubleday.

Pietikäinen, S. (2013). Heteroglossic Authenticity in Sámi Heritage Tourism. I S. Pietikäinen & H. Kelly-Holmes (Red.), *Multilingualism and the Periphery*, s. 77–94. Oxford: Oxford Univ. Press.

Pietikäinen, S., & Kelly-Holmes, H. (2011). The local political economy of languages in a Sámi tourism destination: Authenticity and mobility in the labelling of souvenirs. *Journal of Sociolinguistics*, 15(3), s. 323–346.

Pietikäinen, S., & Kelly-Holmes, H. (Red.). (2013). *Multilingualism and the periphery*. Oxford: Oxford Univ. Press.

Rehnberg, H. S. (2014). *Organisationer berättar: narrativitet som resurs i strategisk kommunikation*. Uppsala: Institutionen för nordiska språk, Uppsala universitet.

Seiler Brylla, C., Westberg, G., & Wojahn, D. (2018). C som i kritik: Kritiska perspektiv inom text- och diskursstudier. I D. Wojahn, C. Seiler Brylla, & G. Westberg (Red.), *Kritiska text- och diskursstudier*. Text- och samtalsstudier från Södertörns högskola 6, s. 9–36. Huddinge: Södertörns högskola.

Tønnesson, J. (2012). *Hva er sakprosa*. (2a utgåvan). Oslo: Universitetsforlaget.

Thurlow, C., & Jaworski, A. (2011). Silence is golden: Elitism, linguascaping and "anti-communication" in luxury tourism. I A. Jaworski & C. Thurlow (Red.), *Semiotic landscapes: language, image, space*, s. 187–218. London; New York: Continuum.

Van Leeuwen, T. (2001). Semiotics and Iconography. I: T. Van Leeuwen & C. Jewitt (Red.), *The Handbook of Visual Analysis*, s. 92–118. London: SAGE.

Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. London: Routledge.

Wagner, K. (2015). Reading packages: social semiotics on the shelf. *Visual Communication*, 14(2), s. 193–220.

Waller, J., & Lea, S. E. G. (1999). Seeking the real Spain? Authenticity in Motivation. *Annals of Tourism Research*, 26(1), s. 110–129.

Westman, A. (2001). Den heliga trumman. I Å. Viridi Kroik (Red.), *Fordom då alla djur kunde tala: samisk tro i förändring*, s. 73–88. Stockholm: Rosima.

Westberg, G. (2017). Det legitima moderskapets genealogi: En transtextuell diskurshistorisk analys. *Sakprosa*, 9(1), s. 1–62.

Westberg, G., & Årman, H. (2019). Common sense as extremism: The multi-semiotics of contemporary national socialism. *Critical Discourse Studies*, 16(5), s. 549–568.

Wodak, R., & Fairclough, N. (2010). Recontextualizing European higher education policies: the cases of Austria and Romania. *Critical Discourse Studies*, 7(1), s. 19–40.