

Egenuppsatta vägskyltar

– Ett exempel på visuell väggkantsinteraktion

Daniel Normark

fil.dr.

Avdelningen för Teknik och Vetenskapsstudier
Sociologiska Institutionen, Göteborgs Universitet.
daniel.normark@sts.gu.se

Abstract

The purpose of this article is to analyze visual roadside interaction using posted signs that are not sanctioned by the authorities. This is discussed as a form of every-day communication, in relation to traffic and the localities of the signs. The article draws on photographs and interviews. The relation between users of the road, their interpretations and sign-producers, and how this is established, defined, interpreted, and constrained by the sign, is analyzed. The article treats the flexibility and the often brief existence of these signs. Finally, people's understanding of the road, due to these informal road signs, is discussed.

Keywords: public road signs, visual roadside interaction, mobility, media

Vägen som skådeplats för visuell interaktion

När använde du vägen senast? Var det i morse på väg till jobbet? Var det igår när du handlade eller var det för en vecka sedan? När det än var, så är jag säker på att det inte var så länge sedan. Vägen är en naturlig och självklar del av vår vardag. Vi använder vägen när vi går en promenad, när vi kör till jobbet och affären eller när vi ska hälsa på någon. Oavsett hur vi förflyttar oss är det troligt att det inbegriper användning av väg.

Vare sig vi rör oss på en motorväg, skogsväg, bygata eller ett promenads-tråk, så är det ytterst sannolikt att vi någon gång möter andra som använder vägen samtidigt som oss. Oftast måste flera individer samsas om vägutrymmet.

I de fall som vi delar vägen förväntas det av oss att vi undviker att krocka med varandra, d.v.s. att vi rör oss på ett disciplinerat och förutsägbart sätt. Väganvändning är en socialt strukturerad praktik i vilken vi följer regler och konventioner. I fordonstrafik är formella regler centrala medan vi i gångtrafik förlitar oss på informella förhållningssätt (Goffman 1971:29). Man kan säga att vägen är ett exempel på en institutionaliserad miljö, på många sätt urtypen för social ordning som engagerat sociologer ända sedan Durkheim.

Trots detta har relativt få sociologer valt att studera vägen och det som sker på och kring den. Enligt Michael Lynch (1993:155) kan ointresset bero på att vägen lätt uppfattas som en "förenklad kommunikationsmiljö" med "mycket stereotypa och uppenbara uttrycksformer". Kanske är den sociala disciplineringen av trafik så framgångsrik att även sociologer tar denna form av socialt system för given (Goffman 1971:27). Det verkar som att vi som sociologer *a priori* antar att studier av trafik knappast kan bidra med någonting nytt.

Den forskning som görs kring vägen, transportforskning, domineras istället av kognitionspsykologer. Genom såväl laborationsstudier som fältarbeten har de analyserat bl.a. kognitiva arbetsbelastningar i trafik, människors receptiva förmåga, skillnader i strategi mellan erfarna förare och nybörjare, förares ögonrörelser, individers förmåga att upptäcka faror m.m. Kort sagt är människans roll som enhet i transportsystemet grundligt kartlagd i syfte att göra trafiken säkrare. Dessa studier visar att människors perceptiva förmågor, i synnerhet synen, är avgörande för att trafiken ska fungera. För även om flera sinnen används för att känna, höra och manövrera ett fordon så är aktiviteter såsom interaktion med andra trafikanter, uppmärksamhet gentemot potentiella faror, navigering, avläsande av skyltar m.m. helt beroende av vår syn.

I trafik sker därmed kommunikation mellan de som samsas om vägen främst med hjälp av visuella medel.¹ Genom gester, fordonsrörelser, ljussignaler och ögonkontakt kan olika budskap förmedlas mellan dem som är på och vid vägen. Detta fenomen sammanfattas av Donald Normans påstående att "blinkers är bilens ansiktsuttryck".² Dessutom är kommunikationen i trafiken oftast medierad genom olika artefakter, fordon, teknologier, skyltar, byggnader, flaggor, vimplar, dekalor, konstverk m.m.³

Interaktion mellan människor i trafiken är uteslutande (a) visuell och (b) medierad. Dessutom är den (c) mycket kort och flyktig. När trafik fungerar är dess deltagare i ständig rörelse – på motorvägar kör vi, om vi är laglydiga, upp till 110 kilometer i timmen. Detta innebär att om vi t.ex. ser en skylt på ett avstånd av 150 meter, så kommer det bara dröja 5 sekunder innan vi har

passerat den. De tolkningar vi skapar från olika meddelanden begränsas därför av den korta tid vi har för att skaffa oss en uppfattning (Davies 1959).

Syftet med denna uppsats är att lyfta fram visuell väggkantsinteraktion i form av egenuppsatta skyltar som ett vardagligt socialt fenomen på vägen, samt att diskutera olika betydelser av denna typ av kommunikation. Genom att studera detta vill jag lyfta fram de informella förhållningssätt som ofta förbises i transportforskning (Goffman 1971, Juhlin 2001).

För att kunna förstå och analysera de visuella uttrycksformer som existerar vid vägen anser jag att det är viktigt att utgå från den situation i vilken objekten (skyltarna, flaggorna, vimplarna, ljusen m.m.) tolkas och de förutsättningar denna situation ställer. Därför har jag valt att studera egenuppsatta skyltar empiriskt, nästintill etnografiskt, och sammanställt ett material genom att köra bil och fotografera skyltarna i farten (Hammersley & Atkinson 1995, Normark 2006:kap. 4). Jag strävar efter att presentera analyser av egenuppsatta skyltar som främst bygger på min förmåga att som väg-användare förstå dessa skyltarna samt mina intervjuer med avsändarna, men även mina tolkningar kan omformuleras och omtolkas.⁴

Att fotografera väggskyltar – en datainsamling

Jag har under bilresor fotograferat egenuppsatta skyltar utmed vägnätet sedan sommaren 2003. På detta sätt har jag samlat ihop ca 4000 bilder föreställande skyltar främst inom Sverige (mellan Halmstad och Vilhelmina) men även i Norge (Trondheim med omnejd). Analysen och användningen av bilder i denna artikel är tudelad. Dels används fotografering som en *metod* där en praktik blir tillgänglig via bilder. Dels är den praktik som studeras visuellt; även om inte bilderna analyseras utifrån deras funktion som fotografier så kan skyltarna i bilderna analyseras visuellt.

Att fotografera utmed vägen var en utmaning där trafiksituationen påverkade mina möjligheter att ta bilder. För det första var fotograferingen underordnad uppgiften att köra bil och att visa hänsyn till mina medtrafikanter. Därför uppkom flera situationer där jag inte kunde fotografera skyltar som jag passerade, t.ex. om trafiken var alltför krävande eller om jag behövde läsa kartan. För det andra togs bilderna inifrån fordonet; smuts på framrutan, regn, snö eller vindrutetorkare kunde påverka bildens kvalitet. För det tredje fotograferade jag medan bilen var i rörelse, att stanna vid varje skylt är alltför tid-

skrävande och en trafikfara i sig. Fordonets rörelse inverkade på skärpan i fotografierna, i synnerhet när solen började skymma. Detta innebar att jag bara kunde fotografera under dagtid. För det fjärde krävde fotograferingen timing och vid ett flertal tillfällen missade jag vägskyltar för att jag inte hann ta en bild.

Metoden att ”samla” på informella vägskyltar genom att fotografera dem i farten hade tydliga begränsningar. Samtidigt gav tillvägagångssättet en inblick i hur man som väganvändare upplevde skyltarna. De som förväntades läsa egenuppsatta skyltar hade också en skyldighet att visa sina medtrafikanter hänsyn. De läste skyltarna genom sina vindrutor. De rörde sig snabbt genom trafiklandskapet. Bildernas begränsade kvalitet återspeglar därmed den trafiksituation som mottagarna befann sig i när de läste de skyltar som jag dokumenterat.

Utöver fotografierna intervjuade jag 17 personer som hade satt upp skyltar utmed vägkanten under sommaren 2003.⁵ De flesta intervjuerna företogs utmed vägen, i närheten av de skyltar som informanterna monterat. Detta gav tillgång till kontextuell information, som förstärkte mediets visuella betydelse. Genom intervjumaterialet fick jag inblick i informanternas syften till varför de placerat skyltar vid vägkanten (Akrich 1992).

Intervjuerna transkriberades och kodades och bilderna analyserades utifrån skyltarnas utformning och uttryck. I denna uppsats har jag valt att presentera en analys främst baserad på skyltarnas uttryck och den betydelse dessa kan tänkas ha haft för interaktionen utmed vägen. Min tolkning utgår från aktör-nätverks teori (Akrich 1992, Latour 1988, 1992) och etnometodologi (Garfinkel 1967) med fokus på hur interaktion åstadkoms (Normark 2006). Bilderna som presenteras exemplifierar dimensioner som jag, i min analys, anser är specifika för egenuppsatta vägskyltar och som jag hoppas kan ge en inblick i denna sociala praktik där vägskyltar skapar interaktion mellan människor bredvid vägen och människor på vägen.

Egenuppsatta vägskyltar – en visuell uttrycksform

Väggkanten kryllar av skyltar, texter och symboler som på olika sätt förser trafikanter med intryck och information. Allt från skogsgränsstolpar och filmarkeringar till hastighetsskyltar och reklamplakat. Egenuppsatta skyltar är en kategori vägskyltar som:

- är placerade i vägmiljön för att därmed vara synliga för väganvändare
- är uppsatta av individer eller små grupper utan formell befogenhet att placera skyltar i vägmiljön.

Med hjälp av dessa skyltar förmedlar människor bredvid vägen yrkes-, nöjes- och orienteringsinformation såväl som kommersiella, filosofiska, ideologiska, politiska och estetiska uttryck till dem som passerar platsen där skylten står.

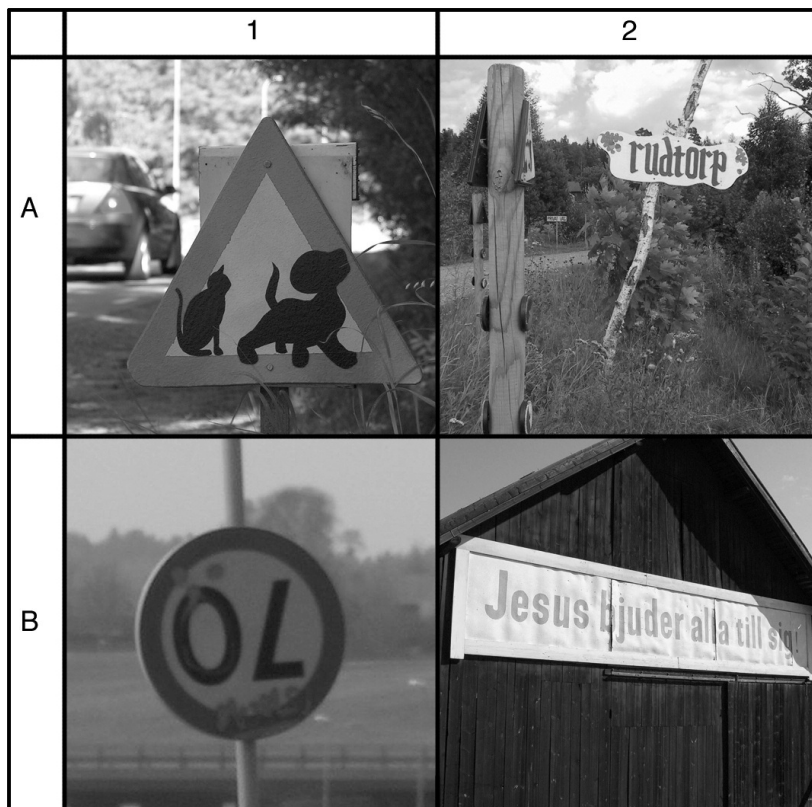
Skyltarna som jag studerat får sin mening i relation till officiella vägskyltar och reklamskyltar, men de senare är inte fokus för min uppsats. Ur juridisk mening är egenuppsatta skyltar illegala, men myndigheterna har god kännedom om deras existens, utan att de för den skull ingriper. Man kan säga att skyltarna indirekt legitimeras genom att väginspektörer väljer vilka skyltar som ska tas bort och vilka skyltar som får vara kvar.⁶

Egenuppsatta vägskyltar och dess koppling till trafik och plats

Jag går nu över till att visa ett antal exempel på bilder från mitt material. I bild A1 ser vi en trekantad skylt med gul bakgrund, röd ram och två svarta silhuetter. Denna skylt reproducerar Vägverkets etablerade symbolspråk gällande varningsskyltar (Vägverket 2006). Utifrån tolkningspraktiken⁷ av Vägverkets varningsskyltar kan vi anta att skylten varnar för de djur som är återgivna som svarta silhuetter, d.v.s. katter och hundar. När jag tog bilden i Norrtälje hörde jag en hund skälla, något som förstärkte skyltens budskap om att det fanns en sådan i närheten.

Bild A2 visar (minst) två egenuppsatta skyltar. I bakgrunden syns en vackert målad skylt där det står rudtorp och i förgrunden syns en pinne med reflexer. Båda kan tolkas som lokaliseringsskyltar. Rudtorp är namnet på den plats/byggnad som vi som trafikanter passerar. Rudtorp, liksom otaliga andra ställen, saknar offentliga skyltar som anger ortens namn. Skylten synliggör och namnger platsen, trots att invånarna i byn inte är så många att någon myndighet tar ansvar för att i 'allmänhetens intresse' definiera den.

Att som individ bredvid vägen synas för de tusentals bilister som passerar förbi är mycket viktigt. Skyltarna är ett sätt att aktivt definiera och namnge platser. En informant gick så långt att han hävdade att "finns inte skylt, finns inte du". Skylten och det uttryck den förmedlar är mer än information, det är ett sätt att existera just här. Utifrån mina intervjuer framgick det att detta behov delvis var ekonomiskt – man behövde synas från vägen för det var så man fick de flesta av sina kunder.



*Tabell 1: Fyra exempel på skyltar som visar på ambivalent relation till väganvändning.
Foto: Daniel Normark.*

Men behovet av att definiera och skapa en identitet för en plats med hjälp av skyltar är starkt även hos grupper som saknar ekonomiska intressen. Som en annan informant uttryckte sig:

"Ja betydelsen för skyltarna he är ju det att då då sörlänningar komma å norrmän å norrbottningar å gud vet vad det är dom kom ifrån å allt mest då kan det ju vara en välda fördel att dom vet vors byn Slut är."

För ett litet samhälle som Rudtorp eller Slut, som knappt finns utmärkt på kartan, är det viktigt för den kollektiva känslan av samhörighet att platsen blir

betraktad som *en by* beskriven med ett namn – kort sagt en gemensam identitet. I Slut hade byinvånarna försökt få en offentlig ortsnamns skylt via kommunen i flera år utan framgång. Slutligen hade de själva gjort en skylt som gav byn samma status som angränsande byar.

Den andra skylten i bild A2 (pinnen med reflexer) kan uppfattas som ett index för avtagsvägen. Det kryllar av denna typ av markörer längs våra landsvägar, reflexer sammansatta på olika sätt för att indikera vart en avtagsväg finns. Dessa skyltar är också navigeringsskyltar, men tjänar mer personliga ändamål. De gör det möjligt för familj och vänner att veta var, utmed en lång vägsträcka, som man ska svänga av.

Både skylten i A1 och skyltarna i A2 kan ses som komplement till de officiella skyltar som Vägverket och andra myndigheter ansvarar för. Skyltarna fyller samma funktion (varna och orientera) som flera offentliga vägs skyltar gör. Dessutom är de ett stöd för trafikanterna då de varnar för faror samt underlättar orientering. Samtidigt skiljer sig dessa skyltar från offentliga vägs skyltar. De är skapade och uppsatta av privatpersoner och har en annan stil och utformning. Skylten i A1 anspelar förvisso på Vägverkets etablerade formspråk, men storleken på skylten och mängden samt typen av djursilhuetter förekommer inte bland Vägverkets skyltar. Likaså avviker designen av ortsnamns skylten i bild A2 avsevärt från Vägverkets direktiv (Vägverket 2002).

Kopplingen till omgivningen är ytterst påtaglig för dessa skyltar. Skyltarnas budskap definierar och definieras av den kontext där skylten är placerad. Egenuppsatta skyltar är ett exempel på vad Harold Garfinkel (1967:34) kallar ”indexical expressions”. Hur och var skylten står, samt miljön där den används bidrar i sig själv till skyltens betydelse (Lynch 1993).

I bild B1 syns en cirkelformad skylt med gul bakgrund, röd ram samt blå och svart text. Likt skylten i bild A1 har denna skylt samma stil och form som de officiella skyltarna men att skriva Ö L vid en utfart från Uppsala är knappast någonting vi förväntar oss av Vägverket. I detta fall är det en formell hastighets skylt (för 70 km/h) som någon ändrat budskap på genom att vända den och klottra två prickar ovanför nollan. Denna skylt blev inte långvarig; när jag passerade utfarten en vecka efter att jag tagit kortet satt en ny hastighets skylt på samma plats. Denna vandaliserade skylt förmedlar ett budskap som inte nödvändigtvis har någon anknytning till platsen eller trafiksituationen. Samtidigt kan de som ser skylten tolka vad den formellt borde uttrycka (d.v.s. hastighetsbegränsningen), det formella meddelandet är förvrängt men inte förlorat.

I bild B2 syns en lada med ett stort textplakat monterat på ena gaveln där det står "Jesus bjuder alla till sig!". Denna skylt kan knappast associeras med uppgiften att köra bil. Trots detta är den placerad nära vägen, uppsatt för att synas och läsas av de trafikanter som passerar Vendel.⁸ Skylten i bild B2 kan på så sätt representera alla egenuppsatta skyltar som inte handlar om trafik men som, genom sin placering, vänder sig till väganvändare.


Många egenuppsatta vägs skyltar uttrycker vardagliga och unika ting, personliga och allmänna, generella och specifika utan att nödvändigtvis syfta till trafik. Liksom reklams skyltar är de vägs skyltar endast i avseende att de är ämnade att vara synliga för väganvändare. Samtidigt är denna åtskillnad inte så enkel. "Jesusladan", som ladan i bild B2 kallas, utgör ett mycket passande landmärke där den ligger. Självt har jag vänner som beskrivit för mig hur jag ska köra och svänga efter att jag passerat "Jesusladan". Likt skyltarna i bild A2 så hjälper denna människor att orientera sig, om än indirekt.

Vägen som privat och/eller offentlig kommunikationskanal

Vem är mottagare och vem är sändare i vägs kylts kommunikation? Bildserien C1-D2 har jag valt för att åskådliggöra hur relationen mellan sändare och mottagare etableras för egenuppsatta skyltar.

Exempelvis i bild C1 finns en skylt, en kartongbit, där någon skrivit: "HEJA 137 UNDERSÅKERS IF och STIMMET 249 och SVERIGE". I samband med S.t Olaf's loppet (en löpartävling mellan Trondheim och Östersund) hade någon ställt denna skylt i utkanten av Järpen. Det jag vill lyfta fram med detta exempel är att en stor del av skyltens text kan förstås som en precisering av *vem* meddelandet är avsett för. Skylten är ett personligt meddelande till en begränsad grupp människor, i detta fall en grupp löpare. Samtidigt är texten skriven på ett sätt så att vi läser "heja" innan vi vet om det är avsett för oss eller inte. Skylten är personlig men placerad i allas åsyn.

Skylten i bild C2 saknar adressat men handlar troligen om en individ – Lotta, som bor mellan Delsbo och Järvsö, utmed Kalvstigen. Denna Lotta, som jag inte känner, fyllde år samma dag som jag passerade på vägen. Skylten kan uppfattas som ett tillkännagivande, den informerade om en festlighet som jag, om jag ville, kunde delta i genom att tuta. Genom skylten blir vi varse den privata miljö som vi passerar. Skylten i bild C1 etablerar en relation mellan en okänd avsändare och en specifik grupp mottagare. Skylten i bild C2 skapar en relation mellan en namngiven avsändare (Lotta och troligen hennes vänner) med en allmän åskådare.

	1	2
C		
D		
E		

Tabell 2: Sex exempel på visuell vägkantsinteraktion medierat via egenuppsatta skyltar. Foto: Daniel Normark utom bild D2, foto Helena Bergman.

Vid första anblicken av skylten i bild D1 antog jag att jag fotograferat en vägvisare. Med sin placering vid en korsning kan man tänka sig att skylten orienterade väganvändare gentemot det uppländska samhället Cat. Jag var dock osäker och frågade därför ett antal människor som bodde i närheten av skylten. Slutligen fick jag en förklaring. Skylten var avsedd för en person vid ett tillfälle. En familj byggde ett hus och hade anlitat en grävmaskinist för att gräva ut grunden. Grävmaskinisten i sin tur monterade upp skylten för att hjälpa en lastbilschaufför att hitta till bygget. Chauffören transporterade grävmaskinen (en Caterpillar). CAT syftade därmed inte på någon destination utan snarare på det som transporterades. Skylten behövdes bara en gång och den var endast begriplig för de som var inblandade i bygget, men stod kvar minst ett halvår senare.

Eftersom egenhändigt gjorda vägs skyltar är synliga för alla som använder vägen räcker det inte med att skriva vilka budskapet gäller för att begränsa meddelandets spridning. För att göra ett meddelande svåråtkomligt måste andra tekniker användas, som exempelvis att göra skylten esoterisk så att endast en särskild grupp människor vet hur den ska tolkas.

Hjärtat i bild D2 är däremot ett offentligt budskap om än förmedlat på ett personligt sätt. Någon i Borås har velat säga *dig* någonting; "ÅLSKA DIG SOM DU ÄR". Med hjälp av en känd symbol (hjärtat) och texten kan man tolka skylten som en uppmaning förmedlad till den som passerar, oavsett vem det är. Adressaten "dig" och "du" är personlig, något som vi vanligtvis förknippar med mer privata samtal.

För de flesta avsändare som jag intervjuade var målsättningen att skylten skulle läsas av så många som möjligt samt att mottagarnas tolkning skulle överensstämma med avsändarens avsikter. Avsändarna ansträngde sig för att använda ett universellt formspråk. Många meddelanden var skrivna i text, ofta som uppmaningar eller upplysningar med ett eller ett fåtal ord. Flera använde sig dessutom av Vägverkets formspråk för att förstärka och markera skyltens budskap.

Skyltarna i bild D1 & D2 påminner oss om att tolkningen av en skylt – dess meddelande – alltid är beroende av en tolkningspraktik. Utifrån intervjuer kunde jag etablera avsändarens avsikt (d.v.s. skyltens script (Akrich 1992)) även vid situationer där denna avsikt inte var självklar som vid bild D1. Att flera tolkningar förekommer betyder nödvändigtvis inte att någon tolkning har prioritet över någon annan. Skylten i bild D1 kan mycket väl användas som en vägvisare även om samhället Cat inte existerar. På samma sätt vill jag

påminna läsaren om att jag i denna uppsats använder ord och symboler som också är beroende av en tolkningspraktik.

Sammantaget kan vi förstå denna praktik av egenhändigt monterade skyltar som ett exempel på att vägen både är en privat och en offentlig miljö. Även om egenuppsatta skyltar kan ses av alla, kan deras budskap vara personligt, adresserat till en individ, tillkännage någonting om en individ eller vara skrivet till ett allmänt men personligt ”du”. Skyltarna skapar och upprätthåller en relation mellan de på vägen och de bredvid vägen.

Skyltars giltighet – en pågående förhandling av tid och rum

Med bild E1-E2 vill jag avslutningsvis lyfta fram en aspekt av egenuppsatta skyltar som jag funnit är en utmärkande styrka med denna typ av visuell väggkantsinteraktion, närmare bestämt skyltarnas flexibilitet.

Till exempel är skyltarna i bild C2 och E1 dagsaktuella. Skylten i bild E1 påvisar en auktion idag kl. 11.00. Såvida inte denna aktivitet upprepas dagligen har skylten en mycket kort giltighet. När du som läsare ser denna bild har all betydelse i form av tid och plats redan gått förlorad. Du läser den varken när eller där dess betydelse ansågs giltig. Meddelandet som skylten förmedlar är bundet till den plats och den tidpunkt då skylten observerades och kortet togs. Men istället för att betrakta detta som en begränsning av meddelanden så är det snarare denna indexikalitet som gör egenuppsatta skyltar till en resurs. Flexibiliteten och tidsaspekten utnyttjas flitigt när människor monterar dessa skyltar.

Skytarna i bild E2 är också ett exempel på hur avsändare hanterar meddelandens aktualitet. Till skillnad från skylten i bild E1 som är aktuell idag så vill skyltmakaren i bild E2 påpeka att idag är skylten inte aktuell. Skylten SommarLOPPIS definierar en aktivitet vid en plats. Samtidigt påpekar skylten under, där det står STÄNGT, att den första skylten inte är intressant just nu. En skylt pockar på uppmärksamhet tillsammans med en skylt som uppmanar oss att ignorera föregående meddelande. Flexibiliteten med egenuppsatta skyltar, i relation till formella skyltar och reklamplakat, baseras i synnerhet på dess förmåga att distribuera tidsbegränsade meddelanden utmed vägen.

Visuell väggkantsinteraktion – mellan väg och väggkant

Bildmaterialet har givit oss en inblick i användningen av egenuppsatta väggskyltar. Med detta som utgångspunkt kan vi diskutera visuell väggkantsinteraktion som en form av kommunikation i trafikmiljön (Åberg 2004).

Visuell väggkantsinteraktion existerar som ett komplement till formell trafikreglering. Med hjälp av egenuppsatta skyltar kan människor bredvid vägen förstärka meddelanden som ansvariga myndigheter har förbisett (A1;A2). Men egenuppsatta skyltar kan också förmedla uttryck som avviker från myndigheternas uppgifter och ansvar – skyltarna fungerar som ett alternativ som expanderar bortom officiella skyltars användningsområden (B1-E2). De uttryck som skyltarna förmedlar återspeglar i första hand de platser där skyltarna är placerade utan att nödvändigtvis anknyta till den aktivitet (d.v.s. att förflytta sig) som vi oftast associerar med vägen. Egenuppsatta skyltar är främst 'indexkala' uttryck.

Visuell väggkantsinteraktion etablerar relationer mellan sändare och mottagare. Den möjliggör både privata och offentliga budskap, samtidigt som gränsen mellan privat och offentligt blir diffus. Till exempel blir festen hemma hos Lotta i bild C2 synliggjord för alla som passerar. Genom en skylt kan vi som väganvändare få ta del av händelser bredvid vägen – se hur omgivningen sprudlar av liv och levnadsberättelser. Medan vägen är tillgänglig för alla är den samtidigt omgärdad av privata miljöer såsom hus, tomter, staket m.m. Till och med bilen med dess metallhölje beskrivs som en förlängning av hemmet (Hagman, 2000). Vägen blir därmed en mix av en privat och en offentlig miljö.

Visuell väggkantsinteraktion förutsätter tolkningskunskaper. För att ett uttryck ska bli begripligt för oss så måste vi tillhöra den kategori människor som har lärt sig dechiffrera meddelandet. Vissa skyltar exkluderar därmed lika mycket som de inkluderar. Att skyltarna placeras i en offentlig miljö, innebär inte att de är tillgängliga för alla. Vissa skyltar kan för en intressegrupp ha avgörande betydelse medan samma skylt ignoreras av andra.

Samtidigt innebär detta att skyltmakare som vill nå ut till en bred publik måste utforma meddelandet så att tolkningsmöjligheterna (eller misstolkningsriskerna) minimeras. De flesta skyltarna består därför av korta texter med ett begränsat symbolspråk, imperativ, korta uppmaningar eller upplysningar (Venturi et al 1977). Denna stil som dominerar bland egenuppsatta skyltar beror troligen på att de som tänks läsa dem åker förbi i en bil (Åberg 2004). Egenuppsatta väggskyltar kan dessutom vara flexibla och tillfälliga (C1;C2;D1;E1;E2). Kortvariga budskap såsom evenemang, auktioner, tillfälliga realisationer m.m. kan inte förmedlas med hjälp av formella skyltar då dessa saknar flexibilitet.

Vanligtvis syftar social interaktion på situationer där två eller fler människor existerar i varandras närhet och där denna närvaro påverkar hur indivi-

derna agerar och reagerar (Goffman 1963, 1971). Vid visuell väggkantsinteraktion medieras kommunikationen. Trafikanter samexisterar tillfälligt med skyltar – delegater, *lieu-tenants* (Latour 1988, 1992) – som representerar människor bredvid vägen. Med hjälp av dessa skyltar förmedlas uttryck, intryck, åsikter, information och påståenden till de som passerar på vägen. Samtidigt påverkar människor på vägen de som är bredvid genom att hörsamma varningar, följa anvisningar, tuta eller på andra sätt reagera på skyltningen.

Egenuppsatta vägskyltar är ett sätt att aktivt iscensätta och delta i rummets identitet (de Certeau 1984). Genom att sätta upp skyltar existerar plötsligt byn för förbipasserande trafikanter även om den kanske inte finns på en karta (bild A2). Informella vägskyltar kan användas till att skapa någonting som tidigare inte fanns utmed vägen.

Vägen som media

Avslutningsvis ämnar jag diskutera hur visuell väggkantsinteraktion påverkar vår förståelse av vägen. Med hjälp av skyltar iscensätter människor utmed vägen de platser som de lever på, men hur iscensätts vägen, i sin tur, av alla dessa egenuppsatta skyltar. Hur kan vägen, som aktör (Normark 2006, jfr. Latour 1988, 1992.), förstås då vi inte enbart utgår från de formella regler som dikterar dess användning? Bör vår förståelse av vägen omprövas eller är existerande vägperspektiv tillräckliga för att förklara visuell väggkantsinteraktion?

I min avhandling presenterade jag tre olika perspektiv av vägen (Normark 2006). Oftast beskrivs vägen som antingen en infrastruktur eller som ett system. Enligt infrastrukturperspektivet är vägen en grundläggande struktur som stödjer och möjliggör transport. I denna infrastruktur rör vi oss, i så kallade fordonsenheter, utifrån fördefinierade förhållningssätt för att minimera alla former av konfrontationer. Systemperspektivet däremot betonar komponenternas betydelse och hur dessa, genom att interagera och utbyta information, skapar en komplex helhet. Studier om resvanor och miljöförstörelse är exempel där vägen framstår som ett system (t.ex. Beckmann 2001, Urry 2004). Utifrån ett systemperspektiv är interaktion viktigt som ett medel för informationsutbyte och för att skapa och koordinera ett samordnat agerande. Interaktionen är därmed underordnad systemets övergripande mål – att åstadkomma ett mjukt flöde.

Båda dessa perspektiv, anser jag, kan bara delvis förstå och förklara praktiken med egenuppsatta vägskyltar. Detta avspeglades inte minst i informan-

ternas sätt att försöka beskriva sina skyltars funktion och användning. De jämförde hur kartor, byggnader, telefonkataloger, Internet, och tidningsannonser liknade deras försök att förmedla ett budskap genom vägskyltar. Enligt John Fiske (1990) pekar denna typ av jämförelser på en strukturell relation mellan vägen och de medium som vägen liknas med. Vägen inlemmas i det paradigm som det enligt informanterna tillhör. I dessa fall associerades vägen till media, snarare än till system eller infrastruktur.

Det finns flera likheter mellan att använda vägen och att surfa på Internet eller skumma igenom annonserna i en dagstidning. Jämförelsevis kan jag i min lokala dagstidning läsa om tillfälliga auktioner (bild E1), annonser informerar om affärers öppettider (bild E2), på familjesidan tillkännages både uppvaktningar (bild C2) och dödsannonser.⁹ Jag kan få en inblick i resultaten från löpartävlingen (bild C1) eller läsa om samlevnad på kultursidorna (bild D2).

Därför kan vi välja att förstå vägen utifrån ett tredje perspektiv, som ett medium. Media syftar ursprungligen på lösningar/material genom vilket annat färdas, men har till vardags blivit synonymt med massmedia och masskommunikation, d.v.s. hur bilder, representationer, fakta, åsikter, information och andra uttryck sprids genom tidningar, TV, filmer, Internet, böcker m.m. Media som begrepp säger väldigt lite och samtidigt väldigt mycket. I ett medium är visuell väggkantsinteraktion inte en sidoaktivitet som stör infrastrukturen eller systemens övergripande mål utan ett led i vägens uppgift att sprida alla olika former av uttryck.

Denna uppsats har introducerat ett sociologiskt fenomen som förtjänar större uppmärksamhet och fortsatta studier. Visuell väggkantsinteraktion kan ha betydelse för vår förståelse av vägen och hur vi använder den men endast ett fåtal forskare har studerat denna form av kommunikation.

Noter

1. Med undantag av sirener, tutor och mobiltelefoner. Yrkesförare använder även komradio i trafiken, se t.ex. Juhlin & Normark 2000, 2001.
2. Uttrycket är titeln för boken Norman (1992) *Turn Signals Are the Facial Expressions of Automobiles*. Titeln till trots handlar boken tyvärr ytterst lite om detta fenomen. För analyser av uttryck såsom gester utmed vägen se t.ex. Esbjörnsson 2005, Goffman 1971, Juhlin 2001, Katz 1999, Laurier 2004, 2005, M. Lynch 1993:154-158.
3. Se t.ex. Aguirre 1990, Appelyard et al 1964, Case 1992, Endsby & Towle 1996, Hagman 2000, K. Lynch 1990, Salamon 2001, Venturi et al 1977.

4. Etnometodologi fokuserar sig på medlemmars situerade tolkningspraktik (*ethnomethods*). I trafikmiljön, med människor i rörelse i inneslutna fordon är det svårt att tekniskt observera denna kontinuerliga tolkningspraktik.
5. Urvalskriterierna grundades, något förenklat, på: a) att det gick att stanna i närheten av skylten b) att det gick att identifiera vem som gjort skylten, c) att denna person var anträffbar när jag passerade och d) att denna person var villig att delta i intervjun.
6. Om väginspektörernas arbete se t.ex. Esbjörnsson & Juhlin 2002, Normark & Esbjörnsson 2004, Juhlin & Normark 2007, SNRA 1999.
7. En tolkningspraktik som vi bl.a. lär oss under den omfattande process det innebär att skaffa ett körkort se t.ex. Juhlin 2001, Normark 2006:kap. 1.3.
8. Förvisso har vägen som term många betydelser, bl.a. som synonym för det kristna levnadssättet i NT (t.ex. Joh. 14:6) men denna uppsats diskuterar uteslutande vägen som en fysisk rörelsekorridor – även om detta också möjliggör flera perspektiv och tolkningar.
9. Skyltar i anknytning till dödsolyckor är en typ av egenuppsatta skyltar som väckt visst akademiskt intresse se t.ex. Hartig & Dunn 1998, Petersson 2005, Reid & Reid 2001.

Referenser

- Aguirre, A. (1990) Social Communication and Self Identification: Participatory Behaviour on the Freeway *Journal of Popular Culture* 24(2), 91-101
- Akrich, M. (1992) "The De-Scriptio of Technical Objects" s. 204-24. I: W. Bijker & J. Law (red.) *Shaping Technology/Building Society. Studies in Sociotechnical Change*. Cambridge MA: MIT Press
- Appelyard, D., Lynch, K. & Myer, J. (1964) *The View from the Road*. Cambridge, MA: The MIT Press
- Beckmann, J. (2001) Automobility – a Social Problem and Theoretical Concept *Environment and Planning D: Society and Space* 19, 593-607
- Case, C. E. (1992) Bumper Stickers and Car Signs: Ideology and Identity *Journal of Popular Culture* 26, 107-119
- Certeau, M. de (1984) *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, CA: University of California Press
- Davies F. (1959) The Cabdriver and his Fare: Facets of a Fleeting Relationship *The American Journal of Sociology* 65(2), 158-165
- Endsby J. W. & Towle, M. J. (1996) Tailgate Partisanship: Political and Social Expression through Bumper Stickers *The Social Science Journal* 33(3), 307-319
- Esbjörnsson, M. & Juhlin, O. (2002) "PlaceMemo – Supporting Mobile Articulation in a Vast Working Area Through Position Based Information" I *Proceedings of ECIS'02*.
- Esbjörnsson, M. (2005) *Enhanced Social Interaction in Traffic*. PhD thesis. Stu-

- dies in Applied Information Technology. IT University of Göteborg.
- Fiske, J. (1990) *Introduction to Communication Studies (utgåva 2)*. London: Routledge
- Garfinkel H. (1967) *Studies in Ethnomethodology*. Cambridge: Polity Press
- Goffman, E. (1963) *Behaviour in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. New York: The Free Press
- Goffman, E. (1971) *Relations in Public: Microstudies of the Public Order*. New York: Basic Books
- Hagman, O. (2000) *Bilen, naturen, och det moderna – Om natursynens omvandlingar i det Svenska bilsamhället*. KFB-rapport nr 2000:06
- Hammesley, M. & Atkinson P. (1995). *Ethnography – Principles in Practice (utgåva 2)*. London: Routledge
- Hartig, K. V. & Dunn, K. M. (1998). Roadside Memorials: Interpreting New Deathscapes in Newcastle, New South Wales *Australian Geographical Studies* 36(1), 5-20.
- Juhlin O. (2001) ”Traffic Behaviour as Social Interaction – Implications for Design of Artificial Drivers.” s.19-38. I: H. Glimell & O. Juhlin (red.) *The Social Production of Technology: On Everyday Life of Things*. Göteborg: BAS
- Juhlin, O. & Normark, D. (2001) ”Supporting Bus Driver Collaboration: New Services for Public Transport Management” I *Proceedings of 8th ITS World Congress, Sydney*.
- Juhlin, O. & Normark, D. (2000) *Bussförarprat: Vardagliga praktiker och nya tekniska lösningar*. Working paper 2000:1, Avdelningen för teknik och vetenskapsstudier, Göteborgs Universitet.
- Juhlin, O. & Normark, D. (kommande 2007) Public Road Signs as Intermediate Interaction, *Space and Culture* 10 (4).
- Katz J. (1999) *How Emotions Work*. Chicago: Univ. of Chicago Press
- Latour, B. (1988) (med pseudonym: J. Johnson). Mixing Humans with Non-Humans: Sociology of a Door-Closer *Social Problems* 35, 298-310.
- Latour, B. (1992) ”Where are the Missing Masses? The Sociology of a few Mundane Artefacts” s.261-277. i W. Bijker & J. Law (red.) *Shaping Technology/Building Society. Studies in Sociotechnical Change*. Cambridge MA: MIT Press
- Laurier, E. (2004) Doing Office Work on the Motorway *Theory, Culture & Society* 21, 261-277
- Laurier, E. (2005) Searching for a Parking Space *Intellectica*, 2-3, 41-42, 101-

116

- Lynch, K. (1990) *City Sense and City Design – Writings and Projects of Kevin Lynch*, T. Banerjee & M. Southworth (red.) Cambridge, MA: The MIT Press
- Lynch, M. (1993) *Scientific Practice and Ordinary Action: Ethnomethodology and Social Studies of Science and Technology*. Cambridge: Cambridge Univ. Press
- Norman, D. (1992) *Turn Signals Are the Facial Expressions of Automobiles*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Normark, D. & Esbjörnsson, M. (2004) "The Mobile Workplace: Collaboration in a Vast Setting" s.251-270. I: M. Wiberg (red.) *The Interaction Society: Practice, Theories and Supportive Technologies*. Hersey, PA: Information Science Publishing
- Normark, D. (2006) *Enacting Mobility: Studies into the Nature of Road-related Social Interaction*. PhD. Thesis STS Research report 13. Avdelningen för teknik och vetenskapsstudier, Göteborgs Universitet.
- Petersson, A. (2005) "The Production of a Proper Place of Death" *Paper for the 7th conference on The social context of Death, Dying and Disposal, in Bath, UK September, 2005*.
- Reid, J. K. & Reid, C. L. (2001) A Cross Marks the Spot: a Study of Roadside Death Memorials in Texas and Oklahoma *Death Studies* 25, 341-356
- SNRA (1999) *Handläggningsrutiner för borttagande av otillåten reklam inom vägområdet*. Rapport Vägverket, Region Stockholm 1999-02-01.
- Salamon, H. (2001) Political Bumper Stickers in Contemporary Israel: Folklore as an Emotional Battleground *The Journal of American Folklore* 114(453), 277-308
- Urry, J. (2004) The Automobility System *Theory, Culture & Society* 21(4/5), 25-40
- Venturi, R., Scott Brown, D. & Izenour, S. (1977) *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Forms (utgåva 2)*. Cambridge, MA: MIT Press
- Vägverket (2002) *Handbok Vägmärken*, VV publikation 2002:160, 2002-12-17.
- Vägverket (2006) *Sveriges vägmärken, trafiksignaler, vägmarkeringar och polis-mans tecken* VV 88041 utgåva 12, Elanders Berlings: Malmö
- Åberg, C. (2004) "Bildens språk eller språk i bild" s. 37-56. I P. Aspens, P. Fuhrer & Å. Sverrisson (red.) *Bild och samhälle: visuell analys som vetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur

Sammendrag

Syftet med denna uppsats är att lyfta fram visuell väggkantsinteraktion i form av egenuppsatta skyltar som ett vardagligt socialt fenomen på vägen, samt att diskutera olika betydelser av denna typ av kommunikation. Med hjälp av fotografier och intervju-material diskuteras skyltarnas koppling till trafik och de platser där de står. Detta följs av en analys av hur relationen mellan avsändare och väganvändare etableras, definieras, tolkas och avgränsas genom dessa skyltar. Dessutom behandlas skyltarnas flexibla, ibland kortvariga, giltighet. Slutligen diskuteras vår förståelse av vägen utifrån dessa informella vägskyltar.