

# Vem får vara skalfigur?

En intervjuundersökning om hur landskapsarkitekter  
väljer skalfigurer till perspektivbilder

Tora Myhr & Maria Wallstedt



Titel: Vem får vara skalfigur? En intervjuundersökning om hur landskapsarkitekter väljer skalfigurer till perspektivbilder

Engelsk titel: Who is Represented as a Scalie? An Interview Study about Rendering Scalies Selected by Landscape Architects

© Tora Myhr och Maria Wallstedt

Handledare: Ylva Dahlman, SLU, institutionen för stad och land

Examinator: Anna Tandré, SLU, institutionen för stad och land

*SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap*

Institutionen för stad och land, avdelningen för landskapsarkitektur

Omfattning: 15 hp

Nivå: Grundnivå G2E

Kurs: EX0725, Projekt i landskapsarkitektur

Landskapsarkitekturprogrammet, Ultuna

Nyckelord: landskapsarkitektur, norm, perspektivbild, representation, skalfigur

Key words: landscape architecture, norm, rendering, representation, scalie

Omslagsbild: Teodor Javanaud Emdéns redigerade variant av Sanaas tävlingsförslag för Budapests nya nationalgalleri med tillhörande Ludwigmuseum. Bilden publicerad med vänligt tillstånd av Teodor Javanaud Emdén.

Publiceringsår: 2015

Publiceringsort: Uppsala

Online publication of this work: <http://epsilon.slu.se/>

# Sammandrag

Att kommunicera gestaltningsidéer genom visualiseringar av verkligheten är väsentligt för landskapsarkitekter. Mänskliga figurer, så kallade skalfigurer, placeras alltid i perspektivbilder och spelar där en nyckelroll. Tidigare forskning visar att de människor som representeras i landskapsarkitekters perspektivbilder inte överensstämmer med de verkliga demografiska strukturerna i Sverige. Personer med utländsk bakgrund, äldre, funktionshindrade och personer som bär kläder som tyder på religionstillhörighet är underrepresenterade i bilderna. Skalfigurer förstärker därför en vedertagen norm i samhället om att de flesta svenskar är vita, unga och utan synliga funktionshinder. Hur platser framställs i perspektivbilder kan få betydelse för vilka som förväntas använda dem. Syftet med det här arbetet är att förklara av vilka anledningar skalfigurer i landskapsarkitekters perspektivbilder inte representerar de verkliga demografiska strukturerna. För att få svar på vilka faktorer som påverkar vilken person som representeras som skalfigur intervjuades fem yrkesverksamma landskapsarkitekter på tre av de fem största arkitektkontoren i Uppsala. Genom intervjuerna framkom deras resonemang om perspektivbilder och skalfigurer. De viktigaste resultaten från intervjuerna visar att urvalet av skalfigurer dels beror på tidspress i projekten och dels på en icke heltäckande bildbank. Intervjusvaren diskuteras utifrån insikten att det på arkitektkontoren är ouppmärksammat att valet av skalfigur kan ha betydelse för samhället. I uppsatsen diskuteras slutligen vad det kan innebära att urvalet av skalfigurer endast representerar en del av befolkningen.

## Abstract

For landscape architects it is essential to communicate design proposals through visualisations of reality. Human figures, also known as scalies, play a significant role in renderings and are therefore always added into them. Previous research shows that the people who are represented in renderings do not mirror the actual demographic structures in Sweden. People with foreign backgrounds, the elderly, people with disabilities and people who wear clothes that indicate religious affiliation are underrepresented in the renderings created by landscape architects. Scalies are therefore strengthening a norm that all Swedes are white, young and without visible disabilities. How places are presented in renderings can influence who might use them. With this essay we aim to explain why human figures in renderings of landscape architects do not mirror the actual demographic structures in Sweden. To be able to answer which factors that influence the choice of who is represented in renderings, we interviewed five professional landscape architects from three of the five largest architectural firms in Uppsala. Through the interviews we had the opportunity to take part of their reasoning about renderings and scalies. The most important conclusion was that the selection of human figures partly depends on the tight schedules of the landscape architects and partly on their limited selection of scalies. In this essay we discuss their answers and evaluate the fact that the architectural firms are oblivious of the fact that the people who the scalies represent differ from the actual demographic structures in Sweden. We also discuss the implication of representing only a specific part of the population.

# Innehåll

<b>Inledning</b> .....	<b>5</b>
Tidigare forskning.....	6
<b>Normer i samhället</b> .....	<b>6</b>
<b>Normkritiskt perspektiv</b> .....	<b>6</b>
<b>Inre representation</b> .....	<b>7</b>
<b>Bilden som kommunikationsmedel</b> .....	<b>8</b>
<b>Perspektivbildens användningsområden</b> .....	<b>8</b>
<b>Skalfigurer och deras syfte i perspektivbilder</b> .....	<b>9</b>
Arbetets bidrag.....	11
Syfte och frågeställning.....	12
Avgränsning .....	12
<b>Metod</b> .....	<b>12</b>
Val av intervjuform .....	12
Urval.....	13
Utformning av intervjufrågor.....	13
Bearbetning, analys och tolkning av intervjuer .....	15
<b>Resultat</b> .....	<b>15</b>
Perspektivbilder och deras syfte .....	15
Skalfigurer och deras syfte i perspektivbilder.....	16
Valet av personer till skalfigurer .....	18
Resonemang om skalfigurer som tillhör normen.....	21
Sammanfattning .....	23
<b>Diskussion och analys</b> .....	<b>23</b>
Perspektivbilder.....	23
Skalfigurer .....	24
Normskapande bilder .....	26
Ouppmärksammas fråga och ansvar.....	27
Metoddiskussion .....	28
Framtida forskning .....	29
<b>Referenser</b> .....	<b>30</b>
Bildreferenser.....	31

# Inledning

Landskapsarkitekter arbetar ofta med att uttrycka och kommunicera sina tankar och idéer genom visualiseringar av verkligheten. Till detta är perspektivbilden ett viktigt verktyg för att förmedla en tänkt plats framtida utseende och användning. Perspektivbild definieras i det här arbetet som en fotorealistisk bild med djupverkan. Den hjälper betraktaren att föreställa sig och leva sig in i den tänka miljön och är ofta lättare att förstå än planer och sektioner (Reid 2002, s.155). Perspektivbilden spelar därför en stor roll i mötet med allmänheten när landskapsarkitekter presenterar sina gestaltningsförslag.

Alla människors lika värde och möjlighet att uppnå delaktighet och jämlikhet är en grundsats i det svenska samhället (Regeringsformen SFS 1974:152). I diskrimineringslagen (SFS 2008:567) står det att vi ska främja lika rättigheter och möjligheter för alla oavsett kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder. För landskapsarkitekter borde det i praktiken innebära att när offentliga rum, bostadsgårdar och andra platser gestaltas så ska de gestaltas för alla.

*World White Web* (Burai 2015) leds av Johanna Burai som arbetar med visuell kommunikation. Projektets syfte är att synliggöra vithetsnormen på internet och genom det skapa en förändring. Burai startade kampanjen när hon upptäckte att det endast är vita människor som visas när en bildgooglar till exempel sökor-det *hand*. Hon menar att det här är ett tydligt exempel på hur vithet uppfattas som norm i samhället, vilket även återspeglas i olika situationer där människor diskrimineras på grund av sin hudfärg. Hon förklarar att de kroppar som syns i TV, tidningar och reklam oftast är vita och att det är viktigt att bryta det mönstret.

I arbetet *Illustration utan representation?* undersöker landskapsarkitektstudenten Emma Hammarström (2013) vilka personer som förekommer som skalfigurer i landskapsarkitekters perspektivbilder. Resultatet av arbetet visar att de människor som representeras i bilderna inte överensstämmer med de verkliga demografiska strukturerna i Sverige. Enligt resultatet visar landskapsarkitekter endast en del av Sveriges befolkning där personer med utländsk bakgrund, äldre personer, funktionshindrade och personer som har kläder som tyder på religions-tillhörighet ofta är underrepresenterade (Hammarström 2013). Skalfigurer förstärker därför en vedertagen norm i samhället om att de flesta svenskar är vita, unga och utan synliga funktionshinder. Landskapsarkitekter behöver därför bli mer medvetna om *hur* och *vem* de representerar i perspektivbilderna (Hammarström 2013).

Vi ser ett problem i att endast en del av Sveriges befolkning representeras i landskapsarkitekters perspektivbilder, eftersom landskapsarkitekter som gestaltar platser gestaltar för framtiden och den framtida användningen. De människor som framställs i perspektivbilder visar vilka som i framtiden förväntas använda platserna (Lowell & Marino 2015).

För att inte fortsätta reproducera normativitetsskapande bilder av vilka som representeras i våra offentliga rum, analyserar vi i det här arbetet hur landskapsarkitekter väljer vilka personer som ges plats i perspektivbilder. Målet med arbetet är att komma fram till vad de här valen grundar sig på och vilka faktorer som påverkar urvalet av skalfigurer till landskapsarkitekters perspektivbilder.

## Tidigare forskning

I det här avsnittet presenteras faktorer som kan ha betydelse vid framställningen av perspektivbilder. Avsnittet inleds med några huvuddrag om normer i samhället och normkritik och hur vi tillsammans i samhället konstruerar vår verklighet. Därefter presenteras inre representation och vi ger exempel på hur ens individuella tolkning av världen påverkar ens handlingar och åsikter. Tolkningen har även inverkan på de bilder en person skapar. Sedan följer några användningsområden för perspektivbilder och hur de kan användas som kommunikationsmedel. Där tar vi bland annat upp att alla bilder förmedlar ett budskap medvetet eller omedvetet. Avsnittet avslutas med en presentation av skalfigurer och deras syfte i perspektivbilder.

### **Normer i samhället**

I samhället finns det en mängd normer som berättar för oss vem vi bör vara och hur vi bör bete oss för att passa in. Kalonaityté (2014, s. 10) förklarar att norm, i sociologisk betydelse, är underförstådda eller allmänt delade förväntningar och riktlinjer på hur människor ska bete sig i sociala sammanhang eller i samhället i stort. Normer är värderingar, föreställningar eller ideal som beskriver det som är normativt, det vill säga önskvärt och alltså inte det som är genomsnittligt eller vanligt (Kalonaityté 2014, s. 10). De präglas av vår bakgrund och införlivas ofta tidigt i livet genom vår kultur, våra föräldrar och andra nära sammanhang (Johansson & Malmsten 2009, s. 106).

Kalonaityté (2014, s. 10) hävdar att normer är nödvändiga för att samhället ska fungera men kan också bidra till orättvis maktfördelning och ojämlikhet. Hon menar att de upprätthåller en social ordning och ger oss riktlinjer för hur vi ska uppträda mot varandra. Normer kan till exempel förhindra beteenden som är hotfulla för den sociala gemenskapen. Men en norm kan också utestänga människor som inte passar in i den rådande normen (Kalonaityté 2014, s. 10). I exempelvis ett heteronormativt system så framstår andra sexuella läggningar, genus- eller könsidentiteter som onormala, avvikande eller oförståeliga (Kalonaityté 2014, s. 11). Eller exempelvis när icke-vita människor utestängs ur sammanhang där normen säger att alla människor antas vara vita, som Burai (2015) uppmärksammar i projektet *World White Web*.

De som uppfattas som *normala* och därmed tillhör normen kommer automatiskt att bli mindre ifrågasatta och få större handlingsutrymmen och möjligheter (Nygren & Rasmusson 2012, s.11). *Det normala* skapas genom att det sätts i kontrast till *det avvikande* eller *de andra* där de som tillhör normen har makt att besluta och värdera i vilken utsträckning *det avvikande* ska accepteras eller inte (Nygren & Rasmusson 2012, s. 11). De identiteter och egenskaper som ses som centrala och viktiga värderas högt, medan andra görs oviktiga och underlägsna och ibland osynliggörs helt (Kalonaityté 2014, s. 10). Genom ett normkritiskt perspektiv kan begränsande strukturer och normer synliggöras och ifrågasättas för att främja lika rättigheter och möjligheter för alla (Nygren & Rasmusson 2012, ss. 11, 14).

### **Normkritiskt perspektiv**

Normkritik innebär att synliggöra och ifrågasätta de normer och maktstrukturer som påverkar uppfattningen av vad som är *normalt* och därmed uppfattas som önskvärt i ett sammanhang, till exempel vithet, ateism eller utan funktionshinder

(Nygren & Rasmusson 2012, s. 11; Jämfota u.å., s. 2). Normkritik handlar inte om att kritisera alla normer utan att bli medveten om och förändra de föreställningar och normer som ligger till grund för diskriminerande strukturer (Nygren & Rasmusson 2012, s. 14). Begränsande normer och ojämn makt- och statusfördelning finns i alla sammanhang (Jämfota u.å., s. 1). Det är den som ingår i normen som kan upprätthålla den eller medverka till att den förändras (Nygren & Rasmusson 2012, s. 11). Ett normkritiskt perspektiv ger förutsättningar för individer att tänka efter och börja granska sina egna värderingar och föreställningar. Det handlar om att ifrågasätta det som tas för givet, granska sig själv och vem en är i förhållande till normen. Samtidigt handlar det också om att bli medveten om vilka maktrelationer som bygger upp och styr den egna verksamheten och samhället (Nygren & Rasmusson 2012, ss. 12-13, 16).

Hur olika diskriminerande maktordningar samverkar i ett samhälle synliggörs med hjälp av ett intersektionellt perspektiv (Nygren & Rasmusson 2012, s. 17). Det innebär att en ser till hur flera faktorer, olika normer, samverkar när det kommer till diskriminering som har anknytning till kön, könsidentitet, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, sexuell läggning, funktionshinder eller ålder. Eftersom flera normer samverkar och påverkar en individs möjligheter i olika sammanhang går det inte att se hur en enskild norm påverkar en individ (Nygren & Rasmusson 2012, ss. 17-18).

I statistik från Statistiska centralbyrån presenteras andelen studenter på landskapsarkitektutbildningen som har svensk eller utländsk bakgrund. Statistiken visar att 98 % av alla som läste på landskapsarkitektutbildningen läsåret 12/13 är födda i Sverige och har minst en inrikes född förälder (Statistiska centralbyrån 2014b). Statistik över föräldrarnas utbildningsnivå mellan åren 2003-2014 visar att 82,4 % av landskapsarkitektstudenters föräldrar har en eftergymnasial utbildning, varav 65,2 % av dessa är högutbildade och har studerat tre år eller mer på eftergymnasial nivå (Statistiska centralbyrån 2014a). Denna statistik tyder på att en stor andel av alla landskapsarkitekter har liknande bakgrund och kultur vilket kan leda till likartade värderingar.

### **Inre representation**

Landskapsarkitekter har precis som alla andra människor en egen mental bild av den värld vi befinner oss i. Blumer (1969, s. 1) menar att människan är en social varelse som skapar sin värld genom att interagera med människor i sin omgivning. Genom att läsa av sin omgivning tolkar människan verkligheten (Blumer 1969, s. 1) och den tolkningen blir den mentala avbildning av världen som vi upplever. Hur vi tolkar och rekonstruerar världen beror i sin tur på våra tankar och minnen (Eriksson 2009, s. 32). Detta innebär alltså att ens mentala bild, den inre representationen, påverkas av vad en kommer i kontakt med i sin omgivning (Eriksson 2009, s. 35).

Perspektivbilden är en realistisk bild av en plats som ger en känsla för platsens rumslighet och djup (Reid 2002, s. 155). Den är en visuell representation av verkligheten som förmedlar en framtidsvision och den tänkta användningen av en plats (Lange 2002, s. 1). Eriksson (2009, ss. 28-29) menar att en representation inte är ett avtryck av verkligheten utan en återskapad verklighet, vilket innebär att alla bilder är påverkade av den som har framställt dem. Det som påverkar bildens utformning är vanligtvis en samverkan mellan illustratörens minnen och erfarenheter från verkliga livet och från tidigare bilder hen har tagit del av (Eriksson 2009, ss. 28-29). Det är lättare att identifiera sig med någonting som känns

välbekant och svårare att låta obekanta föremål och personer få en plats i sin egen mentala värld.

Eriksson (2009, s. 38) förklarar att hur en bild är framställd, eller vilket utsnitt som är valt för att illustrera en specifik företeelse, kan få konsekvenser för hur mottagaren uppfattar bildinnehållet. Vidare menar hon att hur bilden tolkas beror på mottagarens mentala bild/inre representation som i sin tur är knuten till personens tidigare upplevelser.

### **Bilden som kommunikationsmedel**

Visuell kommunikation är en process som utgörs av ett meddelande som skapas av en sändare och tolkas av en mottagare (Nordström 1996, s. 45). Sändarens syfte kan vara att motivera, beröra eller informera och utifrån syftet anpassas innehållet i ett visst meddelande. Budskapet överförs sedan till mottagaren genom ett medium, vilket till exempel kan vara en bild (Bergström 2012, ss. 34-35).

Att uttrycka och kommunicera sina tankar genom visuella representationer av verkligheten är väsentligt för landskapsarkitekter (Lange 2002, s. 1). Perspektivbilder är enligt Carmona, Tiesdell, Heath och Oc (2010, s. 349) det vanligaste sättet att presentera landskapsarkitektur på och perspektivbilderna är användbara för att förmedla slutförda designförslag. Fördelen med perspektivbilder är att de kan kommunicera kvaliteter som är svåra att visa i planer och sektioner. De är även lättare för mottagaren att förstå (Reid 2002, s. 155). Carmona et al. (2010, ss. 349-350) förklarar att abstrakta kvaliteter som stämning och karaktär kan förmedlas mer effektivt i perspektivbilder än genom planer. Därför är perspektivbilder viktiga för att möjliggöra för icke yrkesverksamma att förstå designförslagen. Även Lange (2002, s. 1) klargör att det är viktigt att perspektiviskt kommunicera ett gestaltningsförslag för att underlätta förståelsen för både allmänheten och experter.

Precis som fotografier är fotorealistiska perspektivbilder lika verkligheten (Pettersson 1989 se Pettersson 2001, s. 54). Till skillnad från ord som kan tolkas betraktas fotografier som en direkt avbild av verkligheten. Detta ger bilderna stor påverkan och makt (Johansson & Malmsten 2009, s. 81; Sontag 2001). Perspektivbilder kan ge mycket fakta och visa verkligheten som den är men de kan även användas till planerad påverkan på mottagaren (Johansson & Malmsten 2009, s. 81). När bilderna till exempel skapas i säljande syfte så är en av deras funktioner att påverka mottagaren så att den uppfattar platsen som positiv och tilltalande (Reid 2002, s. 155). Bilden är även ett verktyg för att kommunicera vad vi tycker är aktuellt och viktigt (Johansson & Malmsten 2009, s. 127).

### **Perspektivbildens användningsområden**

Det finns i huvudsak två anledningar till att perspektivbilder används. Dels kan de användas som ett skissverktyg under designprocessen. Dessa bilder är ofta snabba och enkla och visar inte det färdiga resultatet. Perspektivbilder kan också användas som ett säljande verktyg i slutskedet av förslaget för att förmedla dess fördelar till beställaren eller användarpubliken (Reid 2002, s. 155). Digitalt modifierade fotografier och datorgenererade perspektivbilder kan vara effektiva i detta skede då de kan vara nästan fotorealistiska (Reid 2002, s. 10).

Perspektivbilder som används som säljmedel går att jämföra med vanlig reklam. Syftet med reklam är att sälja in en produkt eller idé genom att lyfta fram dess fördelar och skapa positiva känslor hos mottagaren (Ung konsument 2013).



Reklamen är även utformad så att den ska tas emot på ett på förhand bestämt sätt (Blumer 1969, s. 185). Därför är dess kommunikation extra tydlig så att den tänkta mottagaren inte ska kunna tolka informationen på något annat vis än som avsändaren avser (Steen 2010). Informationen som reklamen ger mottagaren påverkar dennes handlingar och ingår sedan i personens interaktion med andra människor. Vad reklamen visar ger en indikation till samhället om vad som är eftersträvansvärt och hur olika människor framställs i reklam påverkar därför indirekt hela samhället (Steen 2010). Ett exempel på det är hur bilder på förälskade par och lyckliga familjer bidrar till synen på hur traditionella familjer ska se ut. Det medverkar till normer, värderingar och hierarkier som införlivas i samhället och påverkar människors åsikter och beteenden (Beck-Friis 1992, s. 6).

Marshment (1997) har i en studie av rese kataloger identifierat hur familjer vanligtvis framställs i reklam. Ofta porträtteras familjen i form av ett ungt heterosexuellt par med ett till tre barn. De symboliserar då den lyckliga, vita, eftersträvansvärda familjen. Marshment (1997, s. 24) menar att familjen som porträtteras ofta är en homogen grupp där de flesta är omkring 30 år, har ljus hy, är slanka, blonda och glada. I likhet med Marshments (1997) studie så visar Hammarström (2013) att liknande tendenser finns inom landskapsarkitektur.

I svenska landskapsarkitekters perspektivbilder är de mest frekvent förekommande människorna de som uppfattas som svenska från myndighetsålder till medelålder. För att överensstämma med Sveriges verkliga demografi skulle antalet äldre personer och personer med utländsk bakgrund behöva dubblas och mängden funktionshindrade skulle behöva bli sju gånger större (Hammarström 2013). På samma sätt som Marshment (1997, ss. 21-22) menar att människor som ser reklambilder ska lockas av bilden, antingen genom att kunna identifiera sig med personerna på bilden eller genom att de utsänder någonting som är eftersträvansvärt, så menar Hammarström (2013) att landskapsarkitekter vill framställa platser som så attraktiva som möjligt genom att befolka dem med vackra människor som ser ut att njuta av livet. Hon anser även att bilderna vi producerar borde ha ett större syfte än att endast vara ett reklammaterial vars uppgift är att sälja in en idé. Det större syftet skulle kunna vara att arbeta mot de redan existerande begränsade normerna, istället för att befästa dem.

### **Skalfigurer och deras syfte i perspektivbilder**

Människor placeras alltid in i perspektivbilder (Reid 2002, s. 149). Mänskliga figurer ger bilden liv och förmedlar en välutformad plats. De hjälper även betraktaren att förstå funktioner och skalan i bilden (Reid 2002, s. 149; Lowell & Marino 2015). De mänskliga figurerna, skalfigurerna, är dessutom viktiga för att betraktaren ska kunna placera sig själv i bilden (Forslund 2011, s. 21). De som finns representerade i bilderna hjälper också mottagaren att föreställa sig vem som kan tänkas befolka platsen och hur den kan användas (Lowell & Marino 2015).

De flesta skalfigurer i bilden bör placeras i grupper där de interagerar med varandra och ser glada och avslappnade ut för att skapa en inbjudande atmosfär (Reid 2002, s. 149). Glada, framgångsrika människor som är tillfreds i miljöerna och engagerade i aktiviteterna på platsen lockar betraktaren och visar även hur gestaltningen blir lyckad (Lowell & Marino 2015). Kläderna som skalfigurerna bär och vilka aktiviteter de utför påverkar även vilken stämning som kommuniceras till mottagaren (Forslund 2011, s. 62).

Walker (2015) berättar om utställningen *Designing people* som handlar om arkitekters representationer av människor i perspektivbilder. I utställningen visar Waverly Lowell och Chris Marino som är ansvariga för utställningen perspektivbilder och illustrationer från olika tider. Lowell och Marino (2015) menar att om perspektivbilder granskas uppmärksamt så finns det mycket information att utläsa. Varje bild berättar en historia som påverkas av personerna i bilden. Skulpturer i perspektivbilderna avslöjar till exempel mycket om sociala normer och aktuella trender. Bilder från 1980-talet visar dåvarande könsroller genom att män ofta porträtteras i vardagsrummet och kvinnor i köket (Lowell & Marino 2015).

Walker (2015) skriver om utvecklingen av mänskliga skulpturer i perspektivbilder. Tidigt i historien anlät arkitekter illustratörer för att försköna sina ritningar och akvarell- och skisstreckningarna började sakta innehålla människor, men då i onaturliga poser och på ett stiliserat sätt. Människor tillsattes som abstrakta former i samma stil som byggnaderna. Walker (2015) framhåller att med tiden och teknikens utveckling har personerna i perspektivbilderna och deras syfte förändrats. Under åren har illustratörerna strävat efter mer realism gällande skulpturer. Från början var de oftast vaga skisser på personer, sedan övergick de till att vara urklippta fotografier på personer fastklitrade på kartong som fotograferades i 3D-modeller. Idag är det vanligast med fotofigurer i datorgenererade bilder.

Walker (2015) menar att det idag sällan är handritade personer som illustreras, människor behöver se uttryck, kläder och livsstilar som de kan identifiera sig med. Hon förklarar att människor vill se representationer av sig själva vilket har lett till att landskapsarkitekter på ett nytt sätt letar reda på personer att befolka sina perspektiv med. På internet går det att finna personer som mottagaren som bilden riktar sig till kan identifiera sig med. Ett exempel är *skalgubbar.se* (2015), en gratis hemsida med ett stort utbud av unga och välklädda personer (Walker 2015). Hemsidan skapades av en arkitektstudent och innehåller en samling frilagda<sup>1</sup> personer bestående av honom själv och hans kompisar (Javanaud Emdén 2014). Walker hävdar att det är ett problem att dessa personer används av så många företag världen över, då de personerna blir de enda som representeras.

I bilderna nedan syns ett exempel på hur resultatet kan bli när arkitekter utgår från samma uppsättning skulpturer. Kvinnan med den röda väskan finns både med i en perspektivbild från Tyskland och en från USA.

---

<sup>1</sup> En frilagd person innebär en person som ur en digital bild är urklippt, där bakgrunden och resterande element i bilden är bortklippta.



Figur 1: Bild skapad av Graft Architects inför en ombyggnation av ett hostel i München, Tyskland. Bilden är redigerad av Teodor Javanaud Emdén som driver skalgubbar.se. Publicerad med vänligt tillstånd av Teodor Javanaud Emdén.



Figur 2: Bild skapad av Thomas Heatherwick. Motivet är en vision av en offentlig park "Pier 55" vid Lower west side, New York. Bilden är redigerad av Teodor Javanaud Emdén som driver skalgubbar.se. Publicerad med vänligt tillstånd av Teodor Javanaud Emdén.

## Arbetets bidrag

I tidigare forskning framgår det att de människor som skalfiguren representerar i landskapsarkitekters perspektivbilder inte överensstämmer med de verkliga demografiska strukturerna i Sverige. Skalfiguren förstärker en vedertagen norm i samhället och en stor del av Sveriges befolkning är underrepresenterad (Hammarström 2013). Det finns även forskning som visar att normer präglas av vår bakgrund och kultur och att normer kan bidra till ojämlikheter i samhället (Kalonaitytė 2014, s. 10). Synliggörandet av begränsande strukturer och normer kan förändra de normer som ligger till grund för diskriminerande strukturer (Nygren & Rasmusson 2012, ss. 11, 14).

Tidigare forskning visar även att bilder som framställs påverkas av bildskaparens upplevda verklighet (Eriksson 2009, ss. 28-29), att perspektivbilden är ett viktigt kommunikationsmedel som ofta används i säljande syfte och att det är väsentligt för mottagaren att kunna identifiera sig med de personer som syns i perspektivbilderna (Reid 2002, s. 155; Forslund 2011, s. 21; Walker 2015). Annan forskning redogör för reklam och hur det påverkar samhället (Steen 2010; Beck-Friis 1992, s. 6).

Det här arbetet kopplar samman tidigare forskning och bygger vidare på Hammarströms (2013) arbete genom att komplettera med ny kunskap om hur urvalsprocessen går till när landskapsarkitekter väljer personer till skalfigurer och vilka faktorer som påverkar det valet. I slutet av arbetet diskuteras av vilka anledningar skalfigurer i landskapsarkitekters perspektivbilder inte representerar de verkliga demografiska strukturerna.

## Syfte och frågeställning

Syftet med arbetet är att förklara av vilka anledningar skalfigurer i landskapsarkitekters perspektivbilder inte representerar de verkliga demografiska strukturerna.

Vår fråga i arbetet är: Vilka faktorer påverkar valet av vilken person som representeras som skalfigur i landskapsarkitekters perspektivbilder i gestaltungs-förslag?

## Avgränsning

Vi avgränsade arbetet geografiskt genom att intervjua yrkesverksamma landskapsarkitekter på tre av de fem största arkitektkontoren i Uppsala. Vi valde dem eftersom vår undersökning bygger på statistik som utgår från de tio största kontoren. De personer runt om i landet som arbetar med skalfigurer har olika utbildningsbakgrund, men vi valde att begränsa oss till att intervjua landskapsarkitekter eftersom vi kommer att tillhöra den yrkesgruppen. Vidare avgränsade vi undersökningen till att endast involvera fotorealistiska perspektivbilder med frilagda, fotograferade personer som skalfigurer.

## Metod

För att få svar på vilka faktorer som påverkar vilka personer som representeras som skalfigur i landskapsarkitekters perspektivbilder intervjuade vi yrkesverksamma landskapsarkitekter. Genom att personligen träffa landskapsarkitekter kunde vi få inblick i hur deras process går till att välja skalfigurer och vilka faktorer som påverkar valet.

## Val av intervjuform

I undersökningen eftersträvade vi att få en djupare förståelse för landskapsarkitekters upplevelser och värderingar och till det är en kvalitativ intervju som metod användbar (Trost 2010, s. 32). Under kvalitativa intervjuer är utgångspunkten att verkligheten kan uppfattas på olika sätt och intervjuerna ger en möj-

lighet att få ta del av personens resonemang, tankar och erfarenheter (Trost 2010, ss. 43-44).

Intervjuformen som vi använde var semi-strukturerad. Granvik<sup>2</sup> menar att en semi-strukturerad intervju innebär att en utgår från frågeområden/intervjufrågor och att svaren är öppna. Det ger personliga svar där respondenten har möjlighet att framföra sin åsikt utifrån de olika frågeområdena/frågorna. Syftet med att använda sig av semi-strukturerad intervju är att få ta del av en respondents uppfattning om ett ämne och få så fylliga svar som möjligt.

Vi valde att intervjua en respondent i taget, i stället för att intervjua flera respondenter samtidigt. Enskilda intervjuer är att föredra framför gruppintervjuer när syftet är att få reda på respondentens personliga åsikt. Vid gruppintervjuer kan deltagarna lätt samlas runt en åsikt som känns lämplig i situationen vilket gör att den mer nyanserade bilden kan försvinna (Trost 2010, s. 67-68). Med de här intervjuerna var vi intresserade av de individuella attityderna och åsikterna utan att respondenten skulle bli påverkad av någon annan.

## Urval

För att få en bredd på svaren till våra frågor, men samtidigt hålla ner mängden information begränsade vi antalet intervjuer till sex stycken. Med ett litet antal intervjuer blir materialet lätthanterligt (Trost 2010, s. 143) och det var möjligt för oss att få en överblick över intervjuerna, samtidigt som vi kunde urskilja var respondenternas åsikter skiljde sig åt.

Vår ambition var att intervjua sex landskapsarkitekter som jobbar på de tre största arkitektkontoren, vilka enligt Svenska Teknik & Designföretagen (2013) är White, Sweco och Tengbomgruppen. Vi valde de tre största arkitektkontoren eftersom vår undersökning bygger på statistik från Hammarströms (2013) resultat som involverar de tio största kontoren. Med det antal intervjuer vi ville utföra för vår undersökning bedömde vi att de tre största kontoren var rimliga att involvera, då deras gestaltningsförslag är de som figurerar mest i media.

Vår avsikt var att genom att kontakta kontorscheferna nå fram till relevanta landskapsarkitekter att involvera i vår undersökning. Detta visade sig vara ineffektivt då vi endast fick en intervju genom dem. Istället kontaktade vi bekanta landskapsarkitekter på de olika kontoren via telefon och e-post vilket resulterade i att vi sammanlagt fick fem respondenter. Då White inte hade möjlighet att delta i vår undersökning kontaktade vi istället Tema, som enligt Svenska Teknik & Designföretagen (2013) är Sveriges femte största arkitektkontor.

Vi eftersträfvade att få en så stor spridning som möjligt bland respondenterna. Enligt Trost (2010, s. 142) är det är sätt att öka möjligheterna till att få en bredd på svaren om det är en homogen grupp en inriktat sig på.

## Utformning av intervjufrågor

Inför intervjuerna utformade vi en intervjuguide över intervjuens upplägg och de frågor som skulle ställas. För att få svar på vilka faktorer som påverkar vilken person som representeras som skalkfigur i landskapsarkitekters perspektivbilder formulerade vi intervjufrågor med stöd i vår teoridel. Frågorna varierade i tolk-

---

<sup>2</sup> Madeleine Granvik forskare SLU, föreläsning den 9 april 2015.

ningsgrad och var mer eller mindre öppna för att täcka alla aspekter som kan ha betydelse vid urvalet av skalfigurer. Vi delade in frågorna i tre frågeområden för att intervjun skulle få en tydlig struktur. Frågorna i varje frågeområde ordnades enligt tratt-tekniken vilket innebär att de första frågorna var relativt vida och generella, för att sedan övergå till mer specifika frågor. Tratt-tekniken används för att frågorna i en intervju ska få en naturlig och avslappnad ordningsföljd för respondenten (Ekholm & Fransson 1992, ss. 73-74).

Det första frågeområdet handlade om perspektivbilder och deras syfte. I teoridelen framgår att perspektivbilder är viktiga i kommunikationen mellan arkitekten och allmänheten och att den ofta används som säljverktyg (Lange 2002, s. 1; Reid 2002, s. 155). Säljande perspektivbilder kan jämföras med reklam som ofta visar vad som är eftersträvarsvärt och hur det i sin tur kan medverka till att normer införlivas i samhället och påverkar människors beteenden (Steen 2010; Beck-Friis 1992, s. 6). Med detta som utgångspunkt avsåg vi i det första frågeområdet att öppna för ett resonemang hos respondenterna om vad de anser att målet med att skapa en perspektivbild är, hur de använder perspektivbilder och vilken målgrupp de riktar sig till. Detta för att vi i vår tur skulle kunna analysera om det påverkar deras val av person som representeras som skalfigur.

Det andra frågeområdet handlade om skalfigurernas roll i perspektivbilder och hur processen går till när respondenterna ska befolka bilderna. I tidigare forskning framgår att det är viktigt att mottagaren ska kunna identifiera sig med personen i bilden samt att skalfigurer återanvänds av många företag vilket leder till att det är en begränsad grupp människor som representeras (Forslund 2011, s. 21; Walker 2015). Syftet med det här frågeområdet var att få ta del av respondenternas tankar om vad skalfigurernas uppgift är i bilden och om de reflekterar över att mottagaren ska kunna identifiera sig med personen i bilden. Vi ville även få en inblick i hur respondenternas process går till när de befolkar ett perspektiv för att kunna analysera vad de utgår från när de väljer skalfigurer. Dessutom ville vi analysera om någonting under processen påverkar valet av vilken person som representeras som skalfigur.

Det tredje frågeområdet var inriktat på hur respondenterna väljer vilka personer som får vara skalfigurer och om det finns några utomstående faktorer som påverkar deras val. I slutet av frågeområdet ställde vi mer specifika frågor om respondenterna tyckte att det spelade någon roll vilka personer som får vara skalfigurer och om de arbetar medvetet med att få en mångfald bland personerna i perspektivbilderna. De mer riktade frågorna ställde vi i intervjuens slut, för att vi inte i början skulle styra respondenternas föreställningsvärld i någon riktning. Vi ville analysera om respondenterna under de tidigare frågorna medvetet reflekterade över vilka personer som representeras som skalfigurer.

I den avslutande intervjufrågan berättade vi om Hammarströms (2013) resultat och frågade vad de tror är orsaken till att det är en norm som visas och inte de verkliga demografiska strukturerna i Sverige. Denna fråga ställdes för att vi ville att respondenterna skulle få resonera fritt om vad de tror är orsaken.

Innan vi utförde intervjuerna utförde vi en pilotintervju med två personer som inte ingick i den utvalda svarsgruppen. Efter pilotintervjun reviderade vi frågorna så att de fungerade bättre för att få fram den information vi eftersökte.

För att skapa en grund för en förtroendefull diskussion inledde vi intervjuerna med att berätta om oss och arbetets syfte, vi frågade om det gick bra att vi använder personen som referens i arbetet och om vi fick spela in intervjun, samt informerade dem om att de har rätt att avbryta intervjun. För att så lite som möjligt

påverka respondentens svar och åsikter eftersträvade vi att vara så neutrala vi kunde. Enligt Trost (2010, s. 106) är det viktigt att inte låta ens egna värderingar och resonemang påverka respondenten. Varje intervju tog 30-45 minuter och intervjuerna skedde i mötesrum på respektive kontor. För att senare kunna jämföra alla intervjuerna är det viktigt att omständigheterna under intervjuerna är så lika som möjligt (Steen 2010).

## Bearbetning, analys och tolkning av intervjuer

Med inspelade intervjuer minskas risken att information från intervjuer omtolkas i efterhand (Ekholm & Fransson 1992, s. 58). Vi spelade in intervjuerna för att efteråt kunna bearbeta informationen utan att gå miste om något viktigt resonemang. För att göra materialet tillgängligt för bearbetning lyssnade vi på inspelningen två gånger, skrev ner minnesanteckningar som var viktiga i förhållande till arbetets syfte och sammanfattade intervjuerna där vi strukturerade dem enligt strukturen i intervjuguiden. På det sättet fick alla intervjudata samma struktur och blev lättare att analysera. Fördelen med denna metod är att allt ointressant material som inte har med studien att göra gallras bort (Trost 2010, ss. 149-150).

Vid kvalitativa studier finns det inga definitiva tekniker om hur en ska analysera informationen som fås av intervjuerna. Vid en sådan analys måste kreativiteten vara ett hjälpmedel i stor utsträckning (Trost 2010, s. 147). Bearbetningen, analysen och tolkningen bestäms av den enskildes personliga tycke och smak (Trost 2010, s. 149). Vi analyserade våra intervjuer genom att vi läste igenom sammanfattningarna av intervjuerna och noterade återkommande svar. Vi fundrade även över vad vi såg och hörde under intervjuens gång. Genom detta tillvägagångssätt registrerade vi var respondenterna var eniga om en åsikt och var tankegångarna skiljdes åt. I slutändan fick vi en helhetsbild över respondenternas åsikter och kunde därför jämföra dem och få en större förståelse över varför skalfigurer i landskapsarkitekters perspektivbilder inte representerar de verkliga demografiska strukturerna.

## Resultat

I det här avsnittet redovisas en sammanställning av intervjuerna. Informationen är strukturerad efter de frågeområden som intervjuerna utgick från.

### Perspektivbilder och deras syfte

Det här frågeområdet handlar om perspektivbilder och hur de används av landskapsarkitekter. Frågorna som ställdes under intervjun var:

- » För vilka ändamål gör du perspektivbilder?
- » Vad är perspektivbildens viktigaste uppgift?
- » Till vilka riktar du dig när du gör perspektiv? Vem är målgruppen?
- » Granskas de färdiga perspektiven inom företaget innan de används?

När perspektivbilder skapas görs det för flera ändamål. Enligt respondenterna förtydligar perspektivbilder ett projekt eller en del av projektet och anses lättare att ta till sig än planer och texter. Vidare framhåller respondenterna att när ett projekt presenteras med perspektivbilderna så uppfattas och förstås idéerna på ett

bra sätt. Enligt respondenterna ska perspektivbilder alltid förmedla en positiv känsla och fungerar därför som ett effektivt säljverktyg när ett projekt ska förmedlas till och säljas in hos mottagaren. Perspektivbilderna är även viktiga i marknadsföringen av ett projekt och kan ibland ingå som en obligatorisk del i ett beställaruppdrag.

*Perspektivbilden är ett säljmedel, från vårt håll är det så. Den kan vara ett viktigt pussel i kommunikationsarbetet. När man jobbar så är man väldigt insatt i projektet själv men just sådär fantastisk som man själv upplever att miljön som man visar i perspektivet kommer bli, är svårt att beskriva med bara ord utan att ha bilder till hjälp. Där har perspektivbilden en väsentlig roll, att sälja in allt det man själv tror på. (Intervjuperson 5 2015)*

Samtliga respondenter framhåller att perspektivbildernas viktigaste uppgift handlar om olika sorters kommunikation. De används dels till möteskommunikation, så att alla som är delaktiga i projektet ska ha samma uppfattning om projektet. En annan typ av kommunikation är den som riktar sig utåt. Bilderna berättar för dem som inte är så vana vid att läsa planer hur platsen kommer att se ut och övertalar beställarna om att platsen kommer bli så bra som de önskar.

*Det handlar om visa upp projekt från sin bästa sida, lite mer reklam, visa upp att oj kolla vad bra det är. På det sättet. Sen kan det vara möteskommunikation om man visar utdrag från en 3D-modell till exempel, en mindre bearbetad bild och då blir det väl mer ett gränsland mellan skiss, modell, bild. Antingen är det en mer informativ kommunikation eller så är det mer att det ska visa en stämning, förmedla känslan om framtidens plats. (Intervjuperson 1 2015)*

Hur perspektivbilderna utformas beror på vilken mottagare de riktas till. De mer skissartade och informella bilderna används under processen och riktar sig till dem i arbetsgruppen. De färdigbearbetade bilderna riktar sig alltid till beställaren. Efter det är det upp till beställaren vad bilderna ska användas till, men i de allra flesta fall används de som reklam och till marknadsföring av projektet. Då är allmänheten den slutgiltiga målgruppen.

Under framtagningen av en perspektivbild så genomgår den en kontinuerlig granskning där de i arbetsgruppen och den som är ansvarig för projektet kan komma med kommentarer och synpunkter på dess utformning. Däremot genomför inget av kontoren någon slutgranskning av perspektivbilderna där de kontrolleras efter några specifika kriterier.

## Skalfigurer och deras syfte i perspektivbilder

Det här frågeområdet handlar om skalfigurernas funktion i perspektivbilder och hur processen går till när landskapsarkitekter befolkar en perspektivbild. Frågorna som ställdes under intervjun var:

- » Vad anser du är skalfigurernas uppgift i bilden?
- » Kan du beskriva hur processen går till när du ska befolka ett perspektiv med personer?

Enligt respondenterna spelar skalfigurerna i bilderna en stor roll för hur platsen uppfattas. De visar rummets storlek och skala, vad platsen ska användas till och vilka aktiviteter som förväntas utföras där. Med skalfigurerna blir platsen relaterbar, de visar att platsen är till för människan. Ett befolkat perspektiv gör även att platsen uppfattas trevlig, då skalfigurerna förmedlar en positiv stämning till betraktaren.



Hur processen går till när landskapsarkitekter befolkar perspektivbilder skiljer sig åt från person till person. Intervjuperson 1 börjar med bildkompositionen. Hen anser att det viktigaste är att få en balanserad bild med väl placerade skalfigurer. Ibland placeras figurerna framför någonting som ännu inte är helt löst, för att dölja det. När skalfigurerna fått sin position väljs de personer som passar för att förmedla platsens känsla. Är det till exempel en aktiv plats används personer som utför någon aktiv aktivitet. Intervjuperson 1 försöker därefter få till en mångfald i perspektivbilderna, men med den begränsade uppsättningen skalfigurer som finns blir det ofta så att hen återanvänder samma figurer gång på gång.

*När jag väljer gubbar brukar jag utgå från skalgubbar.se eller den palett jag har och sen försöker jag passa in dem i bilden. Med det försöker jag få till en blandning av gamla, unga, olika kön, folk som gör olika aktiviteter, barnvagn, hund, ballong, flygande drake, klyschor liksom. Man försöker få till så mycket mångfald man kan men man är ganska begränsad till den uppsättning gubbar man har. (Intervjuperson 1 2015)*

Intervjuperson 2 framhåller att under processen så är det många snabba beslut som fattas. Vilka personer som hen väljer beror därför på vilka skalfigurer som finns att tillgå och vad det är för plats som ska visas. Skalfigurerna behöver komplettera varandra med variation av ålder och hur de använder platsen. Figurerna kommer från en databank som kontoret har, men hen återanvänder även samma figurer gång på gång. Att föredra är neutrala personer som inte sticker ut för mycket i bilden.

*Jag kan tycka att det är väldigt skönt med silhuetter så att man inte använder så utstickande figurer. Man har ju inte så mycket tid så jag ska inte säga att man sitter och reflekterar jättemycket över valet heller. (Intervjuperson 2 2015)*

Intervjuperson 3 menar att det som prioriteras är en skalfigur som funktionsmässigt passar in i bilden och när hen sorterat bort alla som inte passar så finns det ganska få skalfigurer kvar att välja mellan.

*Det viktigaste är ju att ha en skalfigur som fungerar, som har kläder på sig för vädret och att ljuset ser ut som det ska vara och att den perspektiviskt går åt rätt håll och sådär. Det är framförallt det man börjar göra, sen har man efter den genomgången ganska få personer att välja mellan. (Intervjuperson 3 2015)*

Intervjuperson 4 har en uppsättning av silhuetter som hen brukar använda sig av, dels för att det går fort men även för att det är en inarbetad metod. Personen som skalfiguren är avgör vem som används på vilken plats. Det som är viktigt är att de ska ha en kroppshållning som visar en passande stämning.

*Jag tänker alltid på vad det är för person man har om man säger så. Jag har en man som sitter och lutar, tittar ner på nåt som om han ska lägga ner en blomma med en stämning som passar på kyrkogårdar och då brukar jag alltid använda honom. Jag känner mig alltid mer PK om jag sätter in honom än om jag sätter in en kvinna så till vidare att 'det ska ju alltid vara kvinnor på kyrkogården, karlarna de sitter väl bara på jobbet.' (Intervjuperson 4 2015)*

Intervjuperson 5 brukar gå tillbaka till tidigare projekt och hämta de frilagda personerna som användes då. Andra skalfigurer hämtas från kontorets bildbank eller skalgubbar.se. Att fotografera och frilägga personer är ett tidskrävande moment som helst undviks. Skalgubbar.se, de människorna har väl befolkat i stort sett hela Sveriges hörn snart tror jag, de finns verkligen överallt (Intervjuperson 5 2015). För att en person ska få befolka ett perspektiv är det avgörande

om den står i rätt vinkel och om ljuset faller rätt. Efter det försöker Intervjuperson 5 få en spridning på kön, ålder och etnicitet.

*Man försöker välja passade skulpturer, en spridning vad gäller det mesta; kön, etnicitet, ålder och sådär. Och så beror det mycket var i bilden skulpturen ska stå, vilket håll den frilagda personen är vänd mot, hur ljuset faller på personen. Det kan vara avgörande för om den passar eller inte passar. (Intervjuperson 5 2015)*

Fyra av intervjupersonerna berättar att de på kontoret har en bildbank att utgå från när de gör perspektivbilder. De består av ett bibliotek med frilagda personer som är indelade i olika kategorier. Vad som framgår är dock att de här bildbankerna fungerar ganska dåligt, då de ofta är tillverkade i andra länder och innehåller personer som inte fungerar i svenska sammanhang. Bildbankerna innehåller heller ingen stor mångfald bland personerna.

*Det finns en mapp som heter 'party people' och då är det typ ryssar i dåligt sittande kläder på klubb. Man kan säga vad man vill om biblioteken och hur användbara de egentligen är. Men det finns i alla fall olika företag som säljer sådana gubbar. Sen finns det mycket gratis på nätet, det ska man utnyttja och det gör vi. (Intervjuperson 1 2015)*

*En del av de man köper in känns lite väl stylade så man kanske vill ha lite mer vanliga människor [...] Jag vet vi har några som är väldigt såhär, ser ut som de går på typ Stureplan med shoppingpåsar och det kanske inte alltid är sådana miljöer som man jobbar med. (Intervjuperson 2 2015)*

*Vi har ett 3D-bibliotek som är inköpt [...] Det är ju oftast där man börjar för de har vi ju tillstånd att använda. Men det är lite svårt, många utav de här bildbankerna man köper innehåller liksom amerikaniserade människor. Det är ju oftast inte svenska människor och då kanske de inte alltid passar in i sammanhanget, de ser annorlunda ut i klädsel och sådär. (Intervjuperson 3 2015)*

*Det går helt okej med bildbanken som vi har, men det finns mer att önska. Men den börjar bli lite daterad ser man på kläder till exempel, vet inte om det beror på att den kommer från andra sidan världen. (Intervjuperson 5 2015)*

## Valet av personer till skulpturer

Det här frågeområdet är inriktat på personen som skulpturen representerar och hur valet av personen går till samt vilka faktorer som skulle kunna påverka valet av skulpturer. Frågorna som ställdes under intervjun var:

- » Har ni några riktlinjer på kontoret att förhålla er till när ni väljer skulpturer?
- » Ser du någon trend i hur landskapsarkitekter väljer att befolka perspektiv?
- » Påverkar beställaren vilka skulpturer som väljs?
- » Anpassar du skulpturerna efter vilken beställare det är?
- » Anpassar du skulpturerna efter vad det är för plats som ska visualiseras?
- » Påverkar området status utfallet?
- » Finns det någon diskussion inom branschen om vilka skulpturer man använder i perspektivbilder?
- » Arbetar du medvetet med att få en mångfald bland personerna i perspektivbilderna?
- » Tycker du att det spelar någon roll vilka personer som är skulpturer?

Inget av kontoren har några riktlinjer som påverkar vilka personer som representeras i perspektivbilderna. Intervjuperson 1 säger att det är upp till den som är ansvarig för projektet att tycka till om någon person behöver tillföras eller bytas

ut i bilden. Intervjuperson 4 menar att det kanske inte behövs några riktlinjer, utan tror att blandningen av folk sker ganska naturligt.

*Jag har inte hört att det är någon diskussion om det men man ser ju alltid att det sker lite automatiskt att man kanske inte bara trycker in, 'här kommer kärnfamiljen' utan det ligger ju lite latent att det ska vara en blandning av folk från alla möjliga delar av världen och det ska vara allt möjligt. Det kommer väl med att man, jag tror att det kommer ganska naturligt. (Intervjuperson 4 2015)*

En trend som två av respondenterna ser i perspektivbilder är att användandet av personer med utländsk bakgrund och regnbågsfamiljer har ökat under den senaste tiden. De tycker dock att det är lite svårt att säga när den här trenden började, men för ungefär två till tre år sedan.

*Generellt så tycker jag att man ser en ökad tendens till den här spridningen som jag pratade om, att man försöker vara lite mer medveten om att man inte bara väljer vita människor till exempel. Och inte bara unga, det är många fler som använder våra miljöer. Det finns fortfarande mycket kvar att göra men jag tycker att man ser det mer och mer, som personer med slöja till exempel. Svårt att sätta någon exakt punkt på när den här trenden började komma men nåt år sen kanske, två-tre år sedan. (Intervjuperson 5 2015)*

Någonting som alla respondenterna är eniga om är att det som till störst del påverkar valet av skalfigur är vilken plats som ska visualiseras. Det är viktigt att rätt person gestaltas i rätt miljö. Med det menas att personen som befolkar platsen ska visa dess användning och utföra den aktivitet som förväntas förekomma på platsen. Det är även bra om skalfiguren interagerar med omgivningen.

*Är det till exempel en förskola man gestaltar så har man med någon figur som kommer och lämnar sitt barn. Är det en stationsmiljö så har man med någon som skyndar till tåget. Det är viktigt att man får med målgruppen liksom. (Intervjuperson 2 2015)*

*Man kanske inte skulle ha ett barn som springer i en gata men gärna ett som springer i en park. Sen kanske man inte klipper in en person som cyklar på gågatan för då vet man att någon kommer ringa och klaga på att 'här kommer minsann ingen få cykla i framtiden'. (Intervjuperson 1 2015)*

Att respondenterna väljer skalfigurer är vanligt men endast Intervjuperson 1 har varit med om att beställaren har påverkat vilka skalfigurer som valts. Det kom då som ett krav i projektet att målgruppen skulle vara så bred som möjligt och att alla typer av personer skulle representeras på bilderna. Intervjuperson 1 tror dock inte att det är så vanligt att beställaren ställer sådana krav.

Vid frågan om platsens status påverkar valet av skalfigurer fick vi spridda svar. Tre av respondenterna tycker att det påverkar valet av skalfigurer. Intervjuperson 4 menar att om perspektivbilderna riktar sig till en person som bor i innerstadsmiljö så får skalfigurerna ett glamorösare uttryck. Hen anser att det är viktigt att i perspektivbilderna visa vad mottagaren vill se.

*Ska man göra något torg som man vet att politiker ska titta på, så vet man att det ska vara så multikulti och allting och då blir det ju så ... Man vet att den här personen vill ha det här. För det är ju det, vi är ju liksom försäljare, faktiskt. (Intervjuperson 4 2015)*

*Jag tycker att man generellt ser mer etnisk mångfald i ett sånt område där det är stor mångfald. Kan nog kanske ofta i Sverige bero på socioekonomisk status, hur området är välsett. Det kan vara så att arkitekter vill, ja hur ska man säga ... Om man inte själv är från den bakgrunden så har man en bild, vissa förutfattade me-*

*ningar om hur det kanske är eller bör vara på en sån plats.  
(Intervjuperson 1 2015)*

*Jag tänker spontant att skulle jag själv göra ett perspektiv på vardera ställe så skulle jag nog hellre visa Tensta som Tensta är: alltså väldigt mångkulturellt och sådär. Däremot skulle det ta emot lite mer att bara klistra in 60+ välbärgade människor på Östermalm. (Intervjuperson 5 2015)*

Intervjuperson 2 menar snarare att områdets status påverkar i vilken omfattning perspektivbilder skapas. Till projekt i lågstatusområden skapas det inte alltid perspektivbilder medan det till projekt i högstatusområden ofta skapas flera.

Intervjuperson 3 anser att det inte handlar om att anpassa skalfiguerna på grund av områdets status, hen menar snarare att genom att anpassa personerna till vilken typ av miljö det är visar landskapsarkitekten att hen har en förståelse för hur platsen används idag. Anpassningen innebär inte att en tar ställning till hur platsen är eller bör vara.

Tre av respondenterna upplever att det inom branschen inte finns någon diskussion om vilka skalfigurer man använder i perspektiv.

*Jag känner nog inte att vi här på kontoret diskuterar så mycket om vilka skalfigurer man använder faktiskt, det är mer när man jobbar med de särskilda bilderna. Då kan det ju hända att man vill ha en större variation och sådär. Ja, men ålder, etnisk bakgrund och så, på många sätt få en variation i vilka som rör sig på platsen. Det är ju ändå så att man visar den bild man önskar att platsen ska ge.  
(Intervjuperson 2 2015)*

*Jag har inte hört någon sådan diskussion här på kontoret. Jag tycker att man försöker ju alltid på nåt sätt göra bilderna så att det inte bara är vita män i medelåldern. Men det går ju liksom per automatik på nåt sätt, att man försöker ta något som känns bra. Och kan koppla ihop alla de här sakerna; det ska se fint ut, det ska passa, det ska kännas rätt, det ska kännas både korrekt och ja allt det här som man vill få ut med sin bild. Så har man ju någon typ av inre checklista som man alltid går igenom. (Intervjuperson 4 2015)*

Intervjuperson 1 tycker inte att det finns någon diskussion om ämnet men anser att det borde diskuteras. Hen tycker att det är bra att fundera över och resonera om hur bilder används och vad de egentligen kommunicerar.

Intervjuperson 5 upplever att det finns en diskussion och tycker sig se en ökande medvetenhet om vilka som representeras i bild. Intervjuperson 3 menar att det här ämnet alltid har diskuterats lite och då framförallt ur synvinkeln att skalfigurer alltid framställs så lyckliga. Men hen menar att det förmodligen beror på att syftet med bilderna är att de ska sälja.

Vid intervjuerna framgick det att alla respondenter anser att det har stor betydelse vilken person som får vara skalfigur.

*Jag tycker verkligen att det spelar roll vem som får vara skalfigur. Ibland kan jag uppleva att man inte alltid riktigt tänker efter vilka man gör en miljö för när man klistrar in i ett perspektiv. Det kan då bli väldigt påtagligt att den här människan vill jag inte ha med i perspektivet och varför finns inte den här människan med. Så det tycker jag absolut och så handlar det i grund och botten om att man gör miljöer som inte har en väldigt tydlig ålder- och rasspecifik nisch så är det ju till för alla och då ska åtminstone det förmedlas till viss del. (Intervjuperson 5 2015)*

*Ja, man visar ju någonting medvetet eller omedvetet. I den här bilden till exempel är det ju vita medelklassmänniskor, det känns ju som det är rätt ja inte så stor variation samtidigt så är det den målgruppen, barnfamiljer som är den troliga köparen. (Intervjuperson 2 2015)*

Intervjuperson 1 arbetar aktivt med att få en mångfald i perspektivbilderna och menar att det handlar om att befolka platsen så att den upplevs inkluderande och att det finns någonting för alla. För att få med den breda målgruppen kommer ofta stereotypa bilder fram som får representera en hel grupp, som till exempel att *en gamling måste ha rullator, det blir ju liksom symboler som ska täcka en hel grupp* (Intervjuperson 1 2015). Även Intervjuperson 5 försöker få till en mångfald i den utsträckning bildbanken tillåter det. På liknande sätt försöker Intervjuperson 2 få en bredd på vilka som visas i perspektivbilderna.

*Ja, då får jag ju svara ja där. Men det försöker jag. Här till exempel är ett torg i centrala Västerås och då ser man ju några som bär sjal, någon äldre kvinna på cykel, inte så mycket barn, jo där var ett barn med, så det är ju ändå medvetet att få det så. (Intervjuperson 2 2015)*

Intervjuperson 4 säger att vad skalfiguren gör är viktigare än vem personen är.

*I de senaste perspektiven har jag nog bara slängt in några gubbar, för det har varit ont om tid. [...] Skulle personen spela större roll för försäljningen så skulle jag lägga mer tid på dem. Men ibland så gör de inte det utan är bara till för att man ska förstå att titta där är en bänk och den kan man sitta på. (Intervjuperson 4 2015)*

Intervjuperson 3 anser också att personens handling är det viktiga och arbetar själv inte medvetet för att få en mångfald bland personerna.

*Om du menar olika nationaliteter eller liksom en täckt kvinna eller svarta personer eller om man tydligt kan se om personen är homosexuell eller så... Nja, det arbetar jag inte med så medvetet. (Intervjuperson 3 2015)*

Intervjuperson 1 anser att målgruppen är viktig att få med i bilderna för att de ska uppfattas som positiva. Deras uppgift är sedan framförallt att användas som ett säljmedel.

*Man vill göra sitt bästa för att visa projektet från sin bästa sida. Och det kan man ju diskutera sanningshalten i det. Men det är ju så man gör, allt visuellt tolkas ju på olika sätt. Och det lägger man ju värderingar i, man vill ju att det ska vara så positiva intryck som möjligt. Det är ju reklam mer eller mindre. Det är så det funkar. Man ser en bild och så tolkar mottagaren den på något sätt. Och då har ju skalgubbarna en roll i det. Både som bildelement, hur de är placerade, men också vad det är för figur. (Intervjuperson 1 2015)*

## Resonemang om skalfigurer som tillhör normen

Inför den sista intervjufrågan berättade vi att vårt arbete bygger på en undersökning som jämfört skalfigureernas demografi i perspektivbilder med den verkliga demografin i Sverige. Vi berättade att resultatet visar att perspektivbilder gestaltar en norm och inte Sveriges verkliga sammansättning av personer. Frågan var vad respondenten tror orsaken är till att det ser ut så här. De olika svaren redovisas i den här frågan separat.

*Dels beror det nog på paletten man använder, att man lätt blir lat och använder de färdiga figurerna gång på gång. Men det cementerar ju också vissa roller. Vilka personer som syns. Det blir ju den effekten av det. Och det säger väl en del om något mycket större om hur man ser på olika roller. Kanske är det också för att arkitekter är en homogen grupp, att man har lika värderingar eller vad man har med sig. Eller hur man tänker att någonting ska se ut, det kan ju vara något sånt. (Intervjuperson 1 2015)*

*Jag tror att det är en kombination av tillgången på gubbar, vilket absolut är vårt eget ansvar att vidga den och förbättra tillgången på olika gubbar (Intervjuperson 2 2015). Utöver bildbanken så tror Intervjuperson 2 att bristen på tid i projektet påverkar valen av skalfigurer. Alla beslut ska ske så fort vilket gör att en del val inte övervägs, hen anser dock att det är viktigt att tänka på vad bilderna sänder ut.*

*Bilderna speglar det samhälle vi lever i och det är ju också för att olika personer ska känna igen sig i den bild man förmedlar och på samma sätt man kan inkludera en grupp genom att visa att här är väldigt barnvänligt till exempel så kan man ju exkludera andra genom att inte visa dem. (Intervjuperson 2 2015)*

*En av de största anledningarna, det är att i de här inköpta biblioteken finns inte den stora variationen skulle jag säga [...] ofta är man otroligt tidspressad och då kanske inte det här kommer i första hand [...] Men visst är det bra att man visar att alla får representeras och får synas men som jag ser det så är det inte huvudsyftet med bilderna, de är inte representanter för liksom den gestaltningen, men visst det kanske på något sätt kan förmedla till de vi tänker oss att det här är en plats för den här typen av grupp. (Intervjuperson 3 2015)*

Men hen anser inte att det är landskapsarkitekters roll att vara opinionsbildare och tror inte att personen som skalfiguren representerar kommer påverka vilka människor som använder en plats.

Intervjuperson 4 tror att det beror på att *man har sina gubbar och allting är så sjukt pressat* (Intervjuperson 4 2015) och att inga personer utesluts av ondska.

Intervjuperson 5 tror att det finns flera anledningar till att det ser ut som det gör idag. Hen menar att vem den urklippta personen är beror på många människors olika val. En annan anledning är att de som sitter på beslutsfattande poster oftast är lite äldre och kanske inte har ett normkritiskt synsätt i samma utsträckning som yngre generationer har. En tredje anledning tror Intervjuperson 5 kan vara att arkitektkåren är en relativt homogen grupp och att det i sin tur hämmar förändringsprocessen.

*Jag tror att det är som mycket annat med mångfaldsarbete att det går på gammal rutin. Det beror också på vem som har haft tillgång till foton, vem som gör det här och vad de har fotat. Det är liksom en lång kedja av händelser fram till att någon blir en skalgubbe. Där kan jag någonstans känna att där finns det strukturer som återfinns på andra håll i samhället. [...] Jag tror kanske att 50-talister och 60-talister som är de i branschen som idag ofta sitter på beslutsfattande positioner och så och jag tror inte att de tänker på det på samma sätt som yngre generationer gör. Därför kan det säkert bli så att sånt inte prioriteras eller lyfts upp på samma sätt som det skulle göra om folk som är födda på till exempel 80-talet hade suttit och bestämt idag. Men som sagt så tror jag också att det handlar mycket om tillfälligheter om vem som har gjort bilderna och så. Det är ju fortfarande också en ganska homogen bransch, så får man ju ändå säga där de flesta som pluggar till landskapsarkitekt ser ut som vi, har akademisk bakgrund för det mesta och det tror jag också kan göra att den här utvecklingen bromsas in lite. Har man någon på kontoret som har en väldigt vittskild bakgrund till exempel eller om man har någon som kanske har någon funktionsnedsättning eller så kanske det ligger mycket närmare till hands att ha den personen med i ens tankevärld när man gör bildrepresentationer. Ja, jag tror nog att det är gamla vanor, strukturer som man inte tänker på, men också att det är en homogen grupp. (Intervjuperson 5 2015)*

## Sammanfattning

Vår fråga i arbetet är vilka faktorer som påverkar vilken person som representeras som skalkfigur i landskapsarkitekters perspektivbilder. Resultatet visar att det framförallt finns tre huvudfaktorer som påverkar vilken person som representeras som skalkfigur. Den första faktorn är att landskapsarkitekter har en brist på frilagda personer, den andra faktorn är att det ofta är ont om tid i projekten och den tredje faktorn är att det inte är uppmärksammat att perspektivbilderna innehåller den representationen av människor som de gör.

Avsaknaden av frilagda personer beror till stor del på att den bildbank de använder är ofullständig. De inköpta biblioteken är ofta daterade och innehåller till exempel personer som inte passar in i dagens mode. Bildbankerna innehåller heller inte någon stor variation av människor. Därför återanvänds ofta skalkfigurer i flera projekt och kompletteras med skalkfigurer från *skalclubbar.se*. Detta gör att det inte blir någon mångfald bland skalkfigurerna.

Bristen på tid i projekten är även det en avgörande faktor. Tidspressen gör att snabba beslut fattas och att skalkfigurer väljs på rutin. Det som prioriteras vid valet av skalkfigurer är att personerna utför rätt aktivitet, medan själva individen som skalkfiguren representerar kommer i andra hand. Bland de skalkfigurer som finns att tillgå är det oftast enbart några få som stämmer in på de kriterierna som behöver uppfyllas. Därför kan det vara svårt att åstadkomma en mångfald bland personerna.

Den sista faktorn som påverkar valet av skalkfigur är hur prioriterad frågan är. På kontoren är valet av skalkfigurer ingen uppmärksammat fråga, det finns ingen diskussion om huruvida personen som skalkfiguren representerar har någon betydelse utöver de klassiska funktionerna som skalkfiguren ska fylla i perspektivbilder. Det finns heller inga riktlinjer för vilka personer som representeras i bilderna vilket gör att valet inte kontrolleras efter några specifika kriterier. Det är alltså individuella val som påverkar vilka som syns i bild och inte.

## Diskussion och analys

I det här kapitlet diskuteras resultatet och kopplas till tidigare forskning. Syftet med uppsatsen är att förklara varför skalkfigurer i landskapsarkitekters perspektivbilder inte representerar de verkliga demografiska strukturerna. Diskussionsavsnittet är uppbyggt efter samma struktur som den i resultatdelen. I kapitlet behandlar vi respondenternas åsikter om perspektivbilder, skalkfigurer och normskapande bilder. Efter det resonerar vi om att skalkfigurernas betydelse i perspektivbilder är ouppmärksammat och om vem som bär ansvaret för att hela Sveriges befolkning ska bli representerad i bilderna. Slutligen följer en metoddiskussion och förslag på framtida forskningsområden.

### Perspektivbilder

Tidigare forskning framhåller olika skäl för att skapa perspektivbilder. Den ena anledningen är att underlätta förståelsen för en plats och på ett tydligt sätt kommunicera dess kvaliteter (Reid 2002, s. 155). Bilderna kan motivera, beröra eller informera mottagaren beroende på vilket syfte bilderna skapas för (Bergström 2012, ss. 34-35). Ur resultatet framgår att landskapsarkitekterna skapar perspek-

tivbilder av kommunikativa skäl, för att underlätta förståelsen av hur en plats uppfattas. Detta stämmer in på vad Lange (2002, s. 1) klargör, att genom perspektivbilder underlättas förståelsen och kommunikationen mellan experter och allmänheten.

Det andra skälet som framgår ur resultatet är att perspektivbilderna skapas som säljmedel och går att jämföra med vanlig reklam. Carmona et al. (2010, s. 349) menar att det vanligaste sättet för landskapsarkitekter att presentera sina slutförda designförslag är genom perspektivbilder. Vid försäljning är perspektivbildernas syfte detsamma som syftet med reklam: att sälja in en produkt eller idé genom att framhäva dess fördelar och skapa positiva känslor hos mottagaren (Ung konsument 2013). Bilder som presenteras i slutskedet av projektet har som syfte att förmedla dess fördelar till beställaren eller användarpubliken (Reid 2002, s. 155). Samma resultat fick vi från intervjuerna som anger att perspektivbilderna alltid ska förmedla en positiv känsla för att mottagaren ska övertygas om projektets förtjänster. Ur resultatet framgår även att en trend just nu inom perspektivbildsskapandet är att tillsätta föremål som associerar till frihet. Inslag som ballonger, fjärilar, grönt gräs och blå himmel är sådana faktorer som ofta syns i perspektivbilder. Dessa faktorer anspelar på sommar och ledighet och förknippas därför av många människor med någonting positivt. Med dessa positiva associationer blir även mottagaren mer tilltalad av bilden.

## Skalfigurer

Reid (2002, s. 149) menar att människor alltid ska placeras i perspektivbilder, i likhet med resultatet som visar att skalfigurerna har en betydande roll i hur den framtida platsen uppfattas. De spelar även en viktig roll i att förmedla platsens storlek och skala till betraktaren. Enligt Reid (2002, s. 149) förmedlar mänskliga figurer en välutformad plats och ger bilden liv. Detta stämmer överens med vad som betonades under intervjuerna, att ett befolkat perspektiv gör att platsen uppfattas som trevlig och bidrar till en positiv stämning som förslaget ska signalera. Skalfigurerna visar även att platsen är till för människan.

Under intervjuerna framgick det att den typ av aktivitet som skalfiguren utför spelar en nyckelroll vid urvalet av skalfigurer. Det framgick att alla aktiviteter som skulle kunna tänkas utföras på en plats även skulle visas på bilden. Lowell & Marino (2015) hävdar att när skalfigurerna utför en aktivitet så visar de den tänkta användningen av platsen. De menar även, på samma sätt som Forslund (2011, s. 21) att skalfigurerna är viktiga för att betraktaren ska kunna placera sig själv i bilden. Respondenterna framhöll också vikten av att målgruppen ska visas i perspektivbilderna och vi tolkade dem då som att målgruppen de refererade till kopplar till platsens aktivitet. Bilder som visar platser där det finns en förutbestämmd aktivitet, ska alltså innehålla människor som utför den aktiviteten. Det som ytterligare är avgörande vid valet av skalfigur är att personen måste stämma med de kriterier som behövs för att smälta in i bilden, kriterier som var ljuset faller på personen och åt vilket håll den går. När kriterierna applicerats på paletten med skalfigurer så finns det ofta ganska få skalfigurer att välja mellan.

Vi blev överraskade över det snäva urval av skalfigurer som landskapsarkitekterna tycks ha. Samtliga respondenter uttrycker att de använder en begränsad palett där en vanlig lösning är att återanvända skalfigurer i flera projekt. Walker (2015) menar att när skalfigurer återanvänds, på det sättet som landskapsarkitek-



ter gör, så blir resultatet likformigt, vilket kan skapa problem om paletten som används är densamma. Ett exempel på när paletten är densamma är när flera arkitektkontor utgår från skalfigurerna som finns att tillgå på *skal-gubbar.se*. Walker (2015) belyser att det är ett problem då de blir de enda som representeras.

TVå av respondenterna framhöll att de brukar använda sig av skalfigurer från *skal-gubbar.se* då de känns nutida och äkta på ett sätt som skalfigurer från inköpta bildbanker inte känns. Efter intervjuerna reflekterade vi över användandet av skalfigurer från *skal-gubbar.se* och hur nutida de egentligen är. De personer som finns representerade på hemsidan känns samtida för den gruppen de visar, men vi anser att Sverige idag är mångkulturellt och ser därför att skalfigurerna på *skal-gubbar.se* inte är heltäckande för Sveriges befolkning. Därför tycker vi att det är förvånande att respondenterna inte känner behovet av att komplettera skalfigurer från *skal-gubbar.se*, då dessa visar en relativt homogen grupp.

Innan intervjuerna hade vi en förutfattad mening om hur landskapsarkitekter tänker vid valet av skalfigur. Vi trodde att de inte reflekterade över vilken person som skalfiguren representerade. Uppfattningen vi hade med oss bygger dels på Hammarströms (2013) resultat, men även på att vi i handledningen under utbildningen aldrig har pratat om vilka konsekvenser det kan få att välja en person och välja bort en annan. Vi blev därför överraskade under intervjuerna när det visade sig att i alla fall tre av respondenterna försöker åstadkomma en mångfald bland skalfigurerna. Efter att personerna som passar in i bilden valts ut så försöker respondenterna få en spridning mellan kön, ålder och etnicitet. Det som var påtagligt dock var att viljan att visa en mångfald finns, men att det först prioriteras efter att skalfigurens aktivitet, ljusförhållanden och position stämmer med bilden. När de kriterierna stämmer finns det heller inte så många skalfigurer kvar att välja mellan, vilket gör att mångfalden inte går att få i perspektivbilden. Det saknas alltså en tillräckligt bred mångfald bland skalfigurerna.

På motsvarande sätt blev vi även förvånade över att två av respondenterna inte arbetar för att få en mångfald i perspektivbilderna. Intervjuperson 4 framhåller att om personen skulle spela större roll för försäljningen så skulle hen lägga ner mer tid på dem.

Under intervjuerna kunde vi utläsa att respondenterna är känsliga för vilka skalfigurer som de kan använda i olika situationer. Vi upplevde det som att det är en tydlig men hårfin gräns för när en person kan användas till skalfigur och inte. Fyra av respondenterna berättade om skalfigurer som de har i sina inköpta bildbanker men som de anser är oanvändbara. En respondent berättar om en mapp med personer avsedda att användas till festliga situationer. I den finns det skalfigurer som har dåligt sittande kläder som inte alls passar in i dagens mode. I det fallet är det alltså en instoppad tröja som avgör att skalfiguren är oanvändbar till att användas i perspektivbilder. En annan respondent berättar att deras bildbibliotek innehåller en stor mängd överstylade personer som är för upklädda för att passa in i vissa miljöer. Den tredje respondentens bildbank innehåller människor från USA som inte passar in i det svenska modet.

Vi tycker att det är anmärkningsvärt att personer väljs bort på grund av att deras klädsel skiljer sig från dagens mode i Sverige. Vi resonerar så att när landskapsarkitekter väljer och väljer bort personer skapas en snäv kategori av vilka som får synas i perspektivbilderna. Vi tänker att alla, oavsett deras modeintresse, borde få representeras i bilderna. En annan sak som vi reflekterar över är att det för landskapsarkitekterna är så viktigt med personens kläder, så till den grad att

de letar reda på andra skalfigurer på internet. Däremot läggs inte lika stor tid på att finna personer som har annan bakgrund och etnicitet.

Lowell & Marino (2015) menar att de som finns representerade i perspektivbilder indikerar till mottagaren vem som kan tänkas befolka platsen i framtiden. Walker (2015) anser i sin tur att mottagaren som bilden riktar sig till vill se representationer av sig själv för att kunna identifiera sig med personen och på så sätt tilltalas av platsen. Detta stämmer överens med resultatet av undersökningen som antyder att mottagaren är viktig att representera i bilden. Det vi frågar oss då är vem den här mottagaren är. I intervjuerna framhåller respondenterna att allmänheten nästan alltid är den slutgiltiga målgruppen. Vilka tillhör då allmänheten? Enligt Hammarström (2013) så är den tydligaste gruppen som representeras vita, unga och utan synliga funktionshinder. Innebär detta att det är de som utgör gruppen allmänheten?

## Normskapande bilder

Lange (2002, s.1) framhåller att en perspektivbild är en visuell representation av verkligheten och Eriksson (2009, ss. 28-29) menar att en representation är en återskapad verklighet och att alla bilder därför är påverkade av den som har framställt dem. Hon menar att bildens utformning påverkas av illustratörens minnen och erfarenheter från verkliga livet. Om de inre representationerna hos många bildskapare är likadana kommer deras bilder att bli relativt likartade (Eriksson 2009, ss. 28-29).

Som tidigare beskrivits är landskapsarkitektstudenter en relativt homogen grupp (Statistiska centralbyrån 2014a; Statistiska centralbyrån 2014b). Enligt Johansson & Malmsten (2009, s. 106) införlivas normer oftast tidigt i livet genom vår kultur, föräldrar och andra nära sammanhang. Av statistiken kan vi anta att landskapsarkitektstudenter har liknande bakgrund och kultur (Statistiska centralbyrån 2014a; Statistiska centralbyrån 2014b) vilket kan leda till att landskapsarkitekter har likartade värderingar. I den här undersökningen studerade vi inte arkitektkåren, men om de som studerar till landskapsarkitekter liknar dem som redan är i arbetslivet så skulle detta resonemang kunna appliceras på dem. Om yrkesverksamma landskapsarkitekter är en homogen grupp så innebär det också att deras inre representationer liknar varandra. En indikation på att detta stämmer är att respondenterna i intervjuerna hade liknande resonemang och åsikter i flera frågor under intervjuerna. Två av respondenterna uttryckte även att de anser att landskapsarkitekter är en homogen grupp. Intervjuperson 5 resonerar så att om någon med vitt skild bakgrund eller funktionsnedsättning skulle arbeta på dennes kontor skulle det ligga hen mycket närmare till hands att ha med dessa grupper i sin tankevärld och representera de personerna i perspektivbilder.

De människor som mest förekommande syns i landskapsarkitekternas perspektivbilder tillhör normen (Hammarström 2013). Eftersom de som representeras i bilderna, liksom landskapsarkitekterna som skapat dem, tillhör normen så blir deras plats i perspektivbilderna inte ifrågasatt, utan tas för givet (Nygren & Rasmusson 2012). Detta kan vara en anledning till att frågan varken är uppmärksamman eller prioriteras på kontoren.

Under intervjuerna framhölls vikten av att få med den tänkta mottagaren i perspektivbilderna. Vid ett tillfälle visade Intervjuperson 2 en bild och påpekade att den endast visade vita barnfamiljer, men att de också är den tänkta målgruppen

en. Tanken att det endast är vita personer som tillhör kategorin barnfamiljer säger lite om personens invanda föreställningar och inre representationer.

Kalonaityté (2014, s. 10) klargör att normer, ideal och föreställningar beskriver det som är normativt, alltså önskvärt. Hon menar vidare att de identiteter och egenskaper som inte passar in i normen ses som mindre viktiga och ibland osynliggörs de helt. Perspektivbilder kan precis som reklam sända ut vad som är eftersträvansvärt till mottagaren. Hur olika människor framställs i reklam påverkar människors åsikter och beteenden och medverkar till att normer införlivas i samhället (Steen 2010; Beck-Friis 1992, s. 6).

Lowell & Marino (2015) menar att skalfiguerna avslöjar mycket om sociala normer, vilket Intervjuperson 2 håller med om och tillägger att bilderna speglar det samhälle som vi lever i idag. Hen menar vidare att på samma sätt som det går att inkludera en grupp kan andra exkluderas. Detta påminner om det Kalonaityté (2014, s. 10) förklarar, att normer kan utestänga människor som inte passar in i den rådande normen och bidra till ojämlikhet i samhället vilket Burai (2015) synliggör i projektet *World White Web*. Burai framhåller att mestadels vita kroppar syns i media i likhet med Marschment (1997) studie och hon menar att det är viktigt att bryta det mönstret. Även Nygren och Rasmusson (2012, ss. 11, 14) förklarar vikten av att synliggöra begränsande normer för att främja lika rättigheter och möjligheter för alla. Under intervjuerna framgick att två av respondenterna ser en trend i ett ökat användande av personer med utländsk bakgrund och regnbågsfamiljer. Det pekar mot att fler landskapsarkitekter har uppmärksammat betydelsen av vilka personer som representeras i perspektivbilder.

## Ouppmärksammat fråga och ansvar

Under intervjuerna frågade vi oss vems ansvar det är att se till att de verkliga demografiska strukturerna i Sverige representeras i perspektivbilderna. Vi upplevde att respondenternas tidspressade situation och ofullständiga bildbanker förhindrar deras möjlighet att visa en bredare mångfald i perspektivbilderna. I resultatet framgår det även att det inte på något av kontoren är en uppmärksammat fråga huruvida det har någon betydelse vilka personer som representeras i perspektivbilderna. Därför finns det inte heller några riktlinjer för hur en ska göra för att representera på ett korrekt sätt. När frågan inte uppmärksammas på arkitektkontoren så prioriteras den heller inte. Nygren och Rasmusson (2012) menar att det är de som ingår i normen som kan upprätthålla den eller medverka till att den förändras.

Vi tror att beställaren kan ha en nyckelroll i att verka för en förändring i perspektivbildsskapandet. Intervjuperson 1 berättade att hen varit med om att beställaren påverkat valet av skalfiguurer. När det låg som ett beställarkrav att visa en bred mångfald av personer i perspektivbilderna så prioriterades det också i projektet. Beställaren ansåg i det fallet att det var viktigt att lägga tid och resurser på att säkerställa att en så bred målgrupp som möjligt skulle representeras i bilderna. Om målet är att få perspektivbilder som visar Sveriges egentliga befolkning, istället för en norm, så kan beställaren ha en viktig roll i det.

Att frågan inte är prioriterad på arkitektkontoren tror vi även kan bero på att de som arbetar på kontoren ofta tillhör normen. Ett normkritiskt perspektiv inom kontoren kan förändra uppfattningen om vilka skalfiguurer som är *normala* och därmed önskvärda (Nygren & Rasmusson 2012, s. 11). Ett normkritiskt perspek-

tiv kan förändra de föreställningar och normer som ligger till grund för diskriminering genom osynliggörande av grupper (Nygren & Rasmusson 2012, s. 14). Genom ett normkritiskt perspektiv kan alla människors rätt att representeras i bild främjas och vi i branschen kan få en större variation på våra perspektivbilder.

## Metoddiskussion

Genom kvalitativa semistrukturerade intervjuer avsåg vi att besvara vilka faktorer som påverkar valet av vilken person som representeras som skalkfigur när landskapsarkitekter visualiserar en gestaltningsidé. Kvalitativa intervjuer som metod gjorde att vi kunde ta del av respondenternas tankar, resonemang och erfarenheter om perspektivbilder och syftet med skalkfigurer. Genom intervjusvaren kunde vi svara på vilka faktorer som påverkar valet av person till perspektivbilderna.

Inför intervjuerna läste vi på om intervjuteknik och skaffade oss erfarenhet genom pilotintervjuer för att kunna genomföra en bra intervju. Vår ambition som intervjuare var att vi skulle vara så neutrala som möjligt för att inte påverka respondenternas svar. Vi upplevde att det var svårt att helt bortse från våra egna värderingar och åsikter. När vi lyssnade igenom intervjuerna igen insåg vi att våra följdfrågor och tonfall på dessa var mer eller mindre uppmuntrande, vilket i sin tur kan ha påverkat respondenternas svar och åsikter och därmed undersökningens tillförlitlighet.

Vid intervjuerna var det inte bara hur vi uppförde oss som påverkade respondenternas svar, utan även hur våra frågor var formulerade. En del frågor kunde tolkas på flera sätt, vilket vi var medvetna om. I de fallen var vi intresserade av hur respondenterna skulle tolka frågan för att på så sätt kunna analysera vad de lättast associerade till. Av alla intervjufrågorna var det en som särskilt stack ut ur mängden och det var frågan: *Tycker du att det spelar någon roll vilken person som får vara skalkfigur*. Ambitionen var att den frågan skulle tolkas som om vilken person som skalkfiguren representerar spelar roll, men det tolkades av samtliga respondenter att den karaktären som skalkfiguren visar spelar roll. Till det hör karaktärens aktivitet och sinnesstämning. Det tyder på att respondenterna hade lättare att koppla frågan till att involvera hela skalkfiguren och dess utförande, snarare än att fundera över exakt vilken person som det är som utför aktiviteten.

I vår redovisning av resultatet sammanställde vi intervjudata från alla intervjuer och valde ut citat. Vi valde de citat som vi bedömde var intressanta för vår frågeställning och undersökning. Ett urval av citat gör alltid att andra väljs bort, men vi anser att de utvalda citaten återspeglar intervjuerna.

Till intervjuerna försökte vi få ett så heterogent urval som möjligt inom den homogena gruppen vi inriktat oss på. I slutändan blev det en spridning av kön och ålder men det hade varit önskvärt att få en ännu större spridning för att få en så stor variation som möjligt. I den här undersökningen hade vi svårt att påverka urvalet, då det var få landskapsarkitekter som hade möjlighet att medverka i vår undersökning. Många landskapsarkitekter som vi fick kontakt med arbetade inte med perspektivbilder, utan hade visualiserare som skapar deras bilder. De ansåg därför att de inte var relevanta för vår undersökning. Vi förutsåg inte att det skulle vara svårt att få tag på respondenter, vilket gjorde att när någon väl kunde medverka så hade vi ingen möjlighet att påverka urvalet.

## Framtida forskning

Under vår studie uppkom olika frågor som vi ville fördjupa oss i, men som det inte funnits utrymme för att undersöka i det här arbetet. En av dessa frågor är hur en ska tänka i skapandet av perspektivbilder för att de ska representera hela befolkningen. Vad betyder representativa bilder? Innebär det att de som använder platsen idag ska representeras, de som förväntas använda den i framtiden eller ska hela Sveriges befolkning representeras utefter statistik? Ett vidare forskningsämne skulle kunna vara att ta fram en manual med riktlinjer för hur en ska välja skalfigurer. Detta för att arbetet med att representera på rätt sätt i perspektivbilder ska vara enkelt.

Vi har hittills under utbildningen aldrig upplevt att det finns någon diskussion om vilka personer som skalfigurerna representerar eller vilka konsekvenser det kan få att välja en person och välja bort en annan. Därför anser vi att det vore intressant att undersöka hur landskapsarkitektstudenter och lärare ser på frågan. Vi resonerar som så att om vi redan i utbildningen får med oss ett normkritiskt perspektiv ökar det möjligheterna för att vi tar med oss det ut i arbetslivet.

Det skulle även vara spännande att fördjupa sig i vad beställarna anser om ämnet. Är de medvetna om att dagens perspektivbilder sänder ut budskap som kan tolkas som att endast en del av Sveriges befolkning inkluderas i de framtida platserna?

Ett annat forskningsområde är hur perspektivbilderna påverkar samhället. Hur påverkas de personer som aldrig representeras i bilderna? Känner de att platserna är till för dem ändå? Får exkluderingen några konsekvenser?

Det skulle även vara intressant att fördjupa denna studie och kanske fokusera den till att endast involvera kontor som ritat offentliga platser. Detta för att på ett mer konkret sätt kunna identifiera sambanden mellan offentliga platser och allmänheten som målgrupp, kopplat till demokratiska rättigheter.

# Referenser

- Beck-Friis, C. (1992). *Könsdiskriminerande reklam*. Stockholm: Juristförlag.
- Bergström, B. (2012). *Effektiv visuell kommunikation: om nyheter, reklam och profilering i vår visuella kultur*. 8., [rev.] uppl. Stockholm: Carlsson.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: perspective and method*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Burai, J. (2015). *World White Web*. <http://www.worldwhiteweb.net> [2015-05-29]
- Carmona, M. Tiesdell, S. Heath, T. & Oc, T. (2010). *Public Places – Urban Spaces: the Dimensions of Urban Design*. 2. uppl., Oxford och Burlington MA: Architectural Press.
- Ekholm, M. & Fransson, A. (1992). *Praktisk intervjuteknik*. 4., omarb. uppl. Stockholm: Norstedts.
- Eriksson, Y. (2009). *Bildens tysta budskap: interaktion mellan bild och text*. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.
- Forslund, J. (2011). *TITTA - en metod för att skapa konstruerade perspektiv*. Examensarbete, Sveriges lantbruksuniversitet. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet.
- Hammarström, E. (2013). *Illustration utan representation? Skulpturernas demografi i perspektivbilder*. Kandidatuppsats, Sveriges lantbruksuniversitet. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet.
- Hewitt, P. J. (1981). *Jaget och samhället, socialpsykologi ur de symboliska interaktionismens perspektiv*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Javanaud Emdén, T. (2014). *What is Skalgubbar?* <http://skalgubbar.se/readme> [2015-05-24]
- Johansson, M. & Malmsten, P. (2009). *Om kommunikation*. Stockholm: Natur och kultur.
- Jämfota (u.å.). *Vad är normkritik?* <http://jamfota.se/wp-content/uploads/2012/12/Normkritik-grundtext-Jämfota.pdf> [2015-05-12]
- Kalonaityté, V. (2004). *Normkritisk pedagogik*. Lund: Studentlitteratur.
- Lange, E. (2002). *Visualization in Landscape Architecture and Planning: Where we have been, where we are now and where we might go from here*. [http://www.kolleg.loel.hs-anhalt.de/studiengaenge/mla/mla\\_fl/conf/pdf/conf2002/05lange.pdf](http://www.kolleg.loel.hs-anhalt.de/studiengaenge/mla/mla_fl/conf/pdf/conf2002/05lange.pdf) [2015-04-16]
- Lowell, W. & Marino, C. (2015). *Designing People*. Environmental Design Archives, University of California. Berkeley: University of California.
- Marshment, M. (1997). Gender takes a holiday: Representation in holiday brochures. I Sinclair, M.T. (red.) *Gender, Work and Tourism*. London: Routledge, s.16-34.
- Nordström, G. (1996). *Rum, relation, retorik: ett projekt om bildteori och bildanalys i det postmoderna samhället*. Stockholm: Carlsson.
- Nygren, K. & Rasmusson, E. (red.) (2012) *Konstruktiv normkritik: en rapport om normkritik i Europeiska socialfondens projekt*. 1. uppl. Stockholm: Arbetsmiljöforum i Sverige/Tema Likabehandling.

- Pettersson, R. (2001). *Trovärdiga bilder*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Reid, G. W. (2002). *Landscape graphics: plan, section, and perspective drawing of landscape spaces*. Rev. ed. New York, NY: Watson-Guption Publications.
- SFS 1974:152. *Regeringsformen*. Stockholm: Justitiedepartementet.
- SFS 2008:567. *Diskrimineringslagen*. Stockholm: Kulturdepartementet.
- Skalgubbar.se (2015). *Skalgubbar: Cut out people by Javanaud Emdén, T.*  
<http://skalgubbar.se/> [2015-06-28]
- Sontag, S. (2001). *Om fotografi*. Stockholm: Natur och kultur.
- Statistiska centralbyrån (2014a). *Universitet och högskolor – Höskolenybjörjare 2013/14 och doktorandnybjörjare 2012/13 efter föräldrarnas utbildningsnivå.*  
[http://www.scb.se/Statistik/UF/UF0212/2013L14/UF0212\\_2013L14\\_SM\\_UF20SM1403.pdf](http://www.scb.se/Statistik/UF/UF0212/2013L14/UF0212_2013L14_SM_UF20SM1403.pdf) [2015-05-11]
- Statistiska centralbyrån (2014b). *Universitet och högskolor – Svensk och utländsk bakgrund för studenter och doktorander 2012/13.* [http://www.scb.se/Statistik/UF/UF0211/2012L13/UF0211\\_2012L13\\_SM\\_UF19SM1401.pdf](http://www.scb.se/Statistik/UF/UF0211/2012L13/UF0211_2012L13_SM_UF19SM1401.pdf) [2015-05-11]
- Steen, E. (2010). *"Blont och vanligt liksom" En kvalitativ studie om hur genus, ålder och etnicitet kommer till uttryck inom resereklam.* Kandidatuppsats, Stockholms universitet. Stockholm: Univ.
- Svenska Teknik & Designföretagen (2013). *Branschöversikten december 2013 Arkitekt-, teknikonsult- och industrikonsultföretagen: Svensk, nordisk och internationell kartläggning.* [https://www.std.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive\\_FileID=7c8243fa-6777-43f2-90a9-243601ff4017&FileName=STD\\_BR%C3%96V\\_SV\\_2013\\_A.pdf](https://www.std.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=7c8243fa-6777-43f2-90a9-243601ff4017&FileName=STD_BR%C3%96V_SV_2013_A.pdf) [2015-04-13]
- Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. [omarb.], 4 uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Ung konsument (2013). *Reklam, PR eller information – vad är vad?*  
<http://www.ungkonsument.se/Reklam/Reklam-PR-eller-information/> [2015-05-29]
- Walker, A. (2015) *The secret lives of the tiny people in architectural renderings.*  
<http://gizmodo.com/the-secret-lives-of-the-tiny-people-in-architectural-renderings-1660746735> [2015-05-12]

## Bildreferenser

- Omslagsbild: <http://news.skalgubbar.se/post/116526495884/sanaa-snohetta-budapest> [2015-06-25]
- Figur 1: <http://news.skalgubbar.se/post/80080206072/skalgubbar-saves-the-day-graft-architects> [2015-05-29]
- Figur 2: <http://news.skalgubbar.se/post/102957105929/heatherwick-studio-skalgubbar> [2015-05-29]