



UMEÅ UNIVERSITET

Feministiska fantasier Mellan marknad och feminism

Johanna Lauri

Umeå centrum för genusstudier
Genusforskarskolan
Umeå 2021

Detta verk är skyddat av svensk upphovsrätt (Lag 1960:729)
Avhandling för filosofie doktorsexamen
ISBN: 978-91-7855-451-5
Omslag: Timo Orre
Elektronisk version tillgänglig på: <http://umu.diva-portal.org/>
Tryck: CityPrint i Norr AB
Umeå, Sverige 2021

Innehållsförteckning

Abstract	iii
Enkel sammanfattning på svenska	iv
Orginalartiklar	viii
Inledning	1
Syfte och frågeställningar	3
Avhandlingens disposition	5
Tidigare forskning	7
Feministisk aktivism och organisering	7
Feminism, populärkultur och business	11
Feministiska subjekt	14
Reklam, etisk konsumtion och social förändring	15
Avhandlingens situering och bidrag	18
Teoretiskt och metodologiskt ramverk	21
Ett poststrukturalistiskt förhållningssätt	22
Diskursteori, ideologikritik och fantasibegreppet	23
Ideologi och hegemoni	24
Diskursteori och psykoanalys	26
<i>Lacan och subjektet</i>	27
<i>Diskursteori och fantasi</i>	29
En feministisk syn på kapitalism, ekonomi och ekonomiska subjekt	32
Postfeminism och populärfeminism	34
Material, forskningsprocess och etik	38
Nationellt policymaterial (artikel 1)	39
Reklammaterial (artikel 2)	40
Intervjuer (artikel 3 och 4)	41
Mer om forskningsprocessen och etiska val	44
Analysarbetet i praktiken	45
Sammanfattning av artiklarna	47
Artikel 1: The discourse of social innovation and gender equality	47
Artikel 2: Coffee by women: the ‘duty of ethical enjoyment’	49
Artikel 3: Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility ..	50
Artikel 4: Social movements, squatting and communality: ethical practices and re- subjectification processes	52
Slutsatser: feministiska fantasier	54
Fantasin om de goda företagen	54
Fantasieko – historiska diskurser i ny tappning	57
Feminism som individuellt projekt – kravet på etisk njutning	59
Fantasins garant	61
Mellan marknad och feminism	62
<i>Feminismens framtider</i>	65

Tack..... 68
Referenser 71

Abstract

Feminism is highly visible in contemporary Sweden. The government labels itself feminist, artists and influencers take a stand for feminism, businesses are branded with feminist advertising and feminist tropes and symbols are visible on clothes, art and jewellery. What this kind of feminism means is not always easy to discern. However, what is evident is that this visible and popular kind of feminism is highly compatible with business and market values. From this starting point, the aim of this dissertation is to explore the different meanings of feminism in four different but concurrent arenas. By using psychoanalytical discourse theory, I analyse: (i) a particular governmental arena through a policy analysis of the governmental articulation of social innovation, (ii) a commercial arena through a study of an advertising campaign, (iii) a business arena through interviews with feminist business owners and (iv) an activist arena through interviews with house-squatters. I use these analyses to explore how feminism is used, articulated and understood at the nexus of the market and feminism. What feminist discourses are articulated in the studied arenas? How are feminist values utilised? What expressions of social change are made intelligible and desirable? How are feminist subjects and the preconditions for feminist mobilisation shaped?

Analysing the results of the four studies together shows that a fantasy of the benevolent business is created and sustained. Such a fantasy enhances a logic of good-hearted and ethical capitalism within which business and entrepreneurship become understood as activism, articulated as the ultimate solution to social problems. Such a logic inevitably shapes the preconditions for feminist organisation and activism, and encourages individual solutions at the expense of collective efforts. The fantasy of the benevolent business is immersed in and reinforced by fantasy echoes of feminist and social democratic history. These fantasy echoes both conceal inherent conflicts and intensify the force of the fantasy. In order to sustain this fantasy, the desire to make a difference is directed towards ethical practices. These are articulated as individual practices, thus saturating feminism and social change with individualism. Hence, feminist subjects are shaped into individual and entrepreneurial subjects who desire ethical choices. Furthermore, the thesis shows how “the public” is structured as the guarantor of the fantasy of the good business, which entails that certain expectations are attached to the idea of the public. Such expectations shape how feminism and the work towards social change are organised and practised.

Keywords: Popular feminism, post feminism, social innovation, feminist business, activism, discourse theory, psychoanalysis, fantasy, enjoyment, Sweden

Enkel sammanfattning på svenska

Feminismen har i Sverige kommit att bli så synlig att det nästan förvånar. Till exempel kallar sig regeringen feministisk, företag profilerar sig med feministisk reklam och feministiska budskap syns på kläder, i konst och på smycken. Kända kvinnor, från skådespelare och artister till influencers tar ställning för feminism bland annat genom stärkande citat på sociala medier. I all denna synlighet är det inte alltid så lätt att avgöra vad feminism kommit att betyda. Vad som däremot är lättare är att konstatera att dessa synliga och populära varianter av feminism verkar vara särskilt förenliga med företagande i olika former, som i till exempel konsumtionsvaror och reklam. Med utgångspunkt i denna utveckling undersöker jag i denna avhandling skärningspunkten mellan marknad och feminism för att försöka förstå varför den är så populär, vilken betydelse begreppet feminism får i detta sammanhang och vilka möjligheter och begränsningar som då skapas.

Undersökningen bygger på fyra olika delstudier. I den första delstudien undersöks statens artikuleringar av socialt företagande och sociala innovationer i policy-, medie- och webbmateriell samt projektbeskrivningar. Analysen visar att sociala entreprenörer och sociala innovationer framställs som den optimala lösningen på en rad olika sociala problem, samtidigt som jämställdhet artikuleras som en nyckel för att lösa de utmaningar som samhället står inför. I den andra delstudien undersöks bilder, en musikvideo, texter och intervjuer från kaffeföretaget Zoégas reklamkampanj ”Coffee by Women”. Analysen fångar hur Zoégas använder feministiska värden och feministisk estetik i reklamkampanjen och hur detta formar både våra begär och vår förståelse av politik och social förändring. I delstudie 3 intervjuas självdefinierade feminister som startat företag som ett sätt att göra feminism och skapa social förändring. Analysen visar hur de feministiska företagen resonerar kring och begripliggör marknadens och feminismens ofta motstridiga ideal. I avhandlingens sista delstudie intervjuas husockupanter som strävar efter ett fritt kulturhus. Här visar analysen att aktivisterna vill komma ifrån en kommersialisering av det offentliga rummet och intervjuerna fångar både möjligheter och svårigheter kring politisk mobilisering och social förändring bortom marknadsideal. De fyra delstudierna kan ses både som nedslag i fyra olika kontexter och som en gemensam helhet och genom ett teoretiskt ramverk med begreppet fantasi som centralt visar avhandlingen på fyra övergripande slutsatser: *Fantasin om de goda företagen*, *Fantasioko – historiska diskurser i ny tappning*, *Feminismen som individuellt projekt – kravet på etisk njutning* och *Fantasins garant*.

I skärningspunkten mellan feminism och marknad framträder i materialet en logik om den goda och etiska kapitalismen, uttryckt genom företag som vill göra gott och genom idén om företagets starka drivkraft för social förändring. Denna

logik bärs upp av och begripliggörs genom *fantasin om de goda företagen*. Fantasin om de goda företagen förstärker en diskurs där företag ses som lösningen på sociala problem och företagande som en möjlig väg att bedriva aktivism. Detta (om)formar i sin tur förutsättningarna för feministisk mobilisering och organisering. När företagsformen framställs som ett rimligt, till och med optimalt, sätt att mobilisera för social förändring eller när det kommersiella i feministiska sammanhang premieras framför det ideella, så framstår individuella lösningar som mer rimliga än kollektiva. I en kontext där företag anses ha drivkrafter för social förändring blir också företagets varuproduktion en form av social förändring. Att handla dessa varor blir ett logiskt svar på ett begär efter social förändring.

Avhandlingen visar också på ett återkommande användande och återupplivande av äldre politiska och feministiska paroller, ett slags återbrukande av historien vilket jag teoretisk benämner som *fantasiakon*. I intervjuerna med de feministiska företagarna så återbrukas historiska feministiska krav om lika lön och om kvinnors obetalda arbete för att motivera och legitimera möjligheten att tjäna pengar på feminism. När dessa diskurser ekar tillbaka i en företagskontext omformuleras deras innebörd till att kvinnors företagande och själva ägandet av företag som kvinna, i sig själv förstås som feminism. Samtidigt aktiveras och brukas en feministisk diskurs om systerskap för att motivera och legitimera konkurrens mellan feministiska företag. När ideal om systerskap ekar tillbaka i en individualistisk företagskontext får konkurrens den positiva betydelsen att ju fler feministiska företag, desto kraftfullare feministisk kamp. Vidare möjliggör en förståelse av feministiskt företagande som aktivism, och ett omformulerande av ett feministiskt krav om lika lön för lika arbete, att kunna ta betalt för sin aktivism. Dessa exempel visar på hur ett återbrukande av historien inte bara används för att omforma diskursen utan också för att legitimera dess existens, att företagande och konsumtion kan kallas för och förstås som feminism. Därtill visar artikel 1 hur idéer om den svenska välfärdsmodellen i en diskurs om sociala innovationer omformuleras till en förståelse av socialt entreprenörskap och sociala innovationer som den ultimata lösningen på välfärdsutmaningar och sociala problem. Dessa fantasiakon av socialdemokratisk och feministisk historia döljer både skillnader och konflikter i de olika materialen. Såsom att en utbredning av sociala innovationer bidrar till att skatteintäkter från det offentliga omfördelas till det privata, ökad privatisering av det offentliga, att multinationella företag är en stor del av problemet med klimatförändringar och att klassförhållanden döljs när ägande görs till feminism.

En viktig slutsats i artikel 2 är att etisk konsumtion bidrar till ett förändrat socialt kontrakt mellan människor och att denna förändring centreras kring ett *krav på etisk njutning*. Den etiska njutningen innefattar en motsägelsefull hybrid mellan både påbud och förbud, å ena sidan återhållsamhet och uppoffring, å andra sidan

uppmuntras subjektet till omedelbar individuell njutning på vissa särskilda sätt. Etisk konsumtion är en kontext där det framställs som möjligt att fortsätta konsumera (omedelbar individuell njutning) så länge konsumtionen sker etiskt (uppoftande och återhållsamt). I det etiska konsumerandet finns också en inbyggd botgörelse, ett tillfälle att göra gott genom konsumtion. Ytterligare ett exempel utifrån avhandlingens analyser som pekar mot ett krav på etiskt njutande är hur de feministiska företagen arbetar mycket hårt i sin strävan att driva alla delar av sina företag på ett etiskt sätt. Sett genom ett "krav på etisk njutning" så återfinns här både den omedelbara individuella njutningen av konsumtion/att göra vinst och återhållsamt i de etiska valen. Att tjäna pengar på aktivism, eller att göra aktivism genom företagande, framställs som en slags njutning men med krav på återhållsamt och en slags njutning som inkluderar ett visst mått av skam, som bland företagen hanteras och legitimeras med olika etiska praktiker. Genom att fantasin om de goda företagen formar begäret efter att göra skillnad blir då de etiska principerna något de feministiska företagen behöver införliva för att upprätthålla fantasin. De etiska praktikerna uttrycks som individuella val vilket medför att *feminismen som ett individuellt projekt* stärks, på liknande sätt som den etiska konsumtionen och dess reklam bidrar till en individualisering av politiska handlingar. "Feministen" som det politiska subjektet blir till ett individuellt, entreprenöriellt subjekt som uppmuntras att njuta återhållsamt och begära etiska val.

I skärningspunkten mellan feminism och marknad analyserar jag också var de feministiska subjekten sätter sin tilltro. Det vill säga vad eller vem som anses vara ansvarig för sakernas tillstånd, och vad som därmed blir *fantasin garant*. Ett fokus på fantasins garant synliggör hur olika fantasier uppstår, består och bibehåller subjekten i sitt grepp. Genom ett fokus på känslor av besvikelse och svek i materialet så framträdde exempelvis i artikel 4 en tydlig dragning till kommunen. Det fanns en stark kritik mot kommunen och en förväntan från husockupanterna på att kommunen skulle svara på deras krav samtidigt som de också strävade efter att vara kommunen till lags. Analysen av de feministiska företagen visar också på att relationen till staten var en avgörande faktor för startandet av företag, för att göra rätt för sig. Det finns alltså i delstudie 3 och 4 ett starkt band till "det offentliga". Mer teoretiskt uttryckt så fanns hos de feministiska eller politiska subjekten en tillgivenhet till det offentliga och en affektiv investering i diskursen om Sverige som ett land där staten värnar om sina invånare och står upp för feministiska värden. Denna tillgivenhet, argumenterar jag, är central för den svenska kontexten. I en kontext där det finns en hög tilltro till staten blir också staten eller det offentliga en ständig ankarpunkt, en referenspunkt svår att frikoppla sig ifrån. En sådan stark anknytning till det offentliga kan forma eller begränsa politiskt handlande, vad som är möjligt att göra eller uppnå. Det kan också forma människors ideal, förväntningar och vad som anses vara eftersträvansvärt. Att konsumera gott, att starta företag som ett

sätt att göra rätt för sig och att organisera sig i respektabla former kan således förstås som olika sätt att leva upp till dessa ideal.

Genom avhandlingens fyra delstudier visar jag hur en fantasi om de goda företagen skapas och upprätthålls på olika sätt. Som fantasi förstärker fantasin om de goda företagen en logik om den goda och etiska kapitalismen där företagande ses som aktivism och lösningen på sociala problem och orättvisor. En sådan logik formar oundvikligen förutsättningarna för feministisk organisering och aktivism samt leder till ett premierande av individuella lösningar framför kollektiva sammanslutningar. Fantasins om de goda företagen förstärks och fördjupas av fantasiekon av feministisk och socialdemokratisk historia. Dessa fantasiekon döljer konflikter och intensifierar fantasins kraft. För att fantasin ska upprätthållas riktas begäret efter att göra skillnad mot etiska praktiker. De etiska praktikerna artikuleras som individuella vilket medför att feminism och arbete för social förändring stärks som ett individuellt projekt. Feministiska subjekt formas som individuella entreprenöriella subjekt begärande etiska val. Avhandlingen visar också hur "det offentliga" struktureras som fantasin om de goda företagens garant vilket medför att vissa förväntningar sammankopplas med idén om det offentliga, förväntningar som formar hur feminism och arbete för social förändring organiseras och praktiseras, men också vad som blir eftersträvansvärt i förhållande till det offentliga.

Orginalartiklar

Denna avhandling bygger på fyra orginalartiklar.

1. Lauri, Johanna (2021). The discourse of social innovation and gender equality, *Prometheus*, 37:1, ahead of print.
2. Lauri, Johanna & Bäckström, Hanna (2019). Coffee by women: the 'duty of ethical enjoyment', *Cultural Studies*, 33:5, 866-887.

This is an Accepted Manuscript of an article published by Taylor & Francis in *Journal of Cultural Studies* on 2018-08-22, available online: <http://www.tandfonline.com/10.1080/09502386.2018.1510532>.

3. Lauri, Johanna (2021). Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility, Accepted for publication in: *NORA – Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 210112, forthcoming.
4. Lauri, Johanna (2019). Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjectification processes. *Subjectivity* 12, 154–170.
<https://doi.org/10.1057/s41286-019-00067-8>.

Alla artiklar är tryckta med tillstånd från tidskriftsutgivarna.

Inledning

Vi lever i en tid där feminism är synlig i Sverige, så synlig att det nästan förvånar. Sverige har en regering som kallar sig feministisk (Regeringen 2019) och statliga pengar satsas på jämställda innovationer (Vinnova 2020). Företag profilerar sig med feministisk reklam eller med jämställdhetsprojekt av olika slag (Tornhill 2019). Feministiska budskap syns exempelvis på kläder, i konst och på smycken och genom stärkande citat på sociala medier (Banet-Weiser 2018). Kända kvinnor, från influencers till skådespelare och artister tar ställning för feminism (Ibid.). I all denna synlighet är det inte alltid så lätt att avgöra vad begreppet feminism ges för betydelse. Vad som däremot är mer uppenbart för mig är att dessa synliga och populära varianter av feminism är laddade med en mängd positiva värden, vilket inte minst syns i efterfrågan på feministiska varor av allehanda slag: en efterfrågan som ibland tycks överskugga dess proklamerade budskap.

Den feministiska profilen Linnea Claesson driver det populära Instagramkontot @assholeonline där hon i stort sett dagligen postar bilder där hon peppar, diskuterar och debatterar feministiska frågor för en stor mängd följare. Sommaren 2017 lade hon upp en bild på sig själv iklädd en t-shirt med ett intersektionellt budskap och skrev:

Rainbow Rosie the Riveter här vill idag passa på att lyfta något viktigt: INTERSEKTIONALITET. Hylla, lyssna och lär av varandras olikheter och möts i likheter. Framförallt, kroka arm allihop och jobba tillsammans, med varandra och för varandra, så står vi som en obrytbar kedja mot all diskriminering och det våld som vi utsätts för på olika sätt världen över.

Det som intresserar mig är inte så mycket vad hon skriver utan responsen hon får på sitt inlägg, där i princip alla kommentarer på Instagramposten handlar om hennes tröja på ett eller annat sätt, främst frågor om var man kan köpa den. Andra kommentarer hur snygg hon är eller ger andra bekräftande kommentarer som till exempel emojis föreställande en biceps, ett hjärta eller en knuten näve. *Ingen* av de många kommentarerna berör Instagrampostens ämne: intersektionalitet och solidaritet. Både tröjan hon har på sig, som verkar skapa ett otroligt ha-begär hos följarna, och individen Linnea Claesson som person verkar överskugga det hon faktiskt tycks försöka förmedla.

Ett intresse för att förstå dragningskraften i feministisk och annan politisk konsumtion har funnits med mig under lång tid, i allt från att försöka förstå ett begär efter etiskt producerad mat till t-shirts med feministiska tryck. Vid en lunchdiskussion för några år sen, om rättvisemärkt och etisk konsumtion med

några politiskt engagerade vänner, diskuterades det fram och tillbaka om dess förträfflighet och eventuella baksidor. Stämningen var lite obekvämt och slutade med att någon i affekt utbrast: "Men vad ska man handla då, om man vill göra gott?" Det som fastnade hos mig var det självklara i att konsumtion kan uppfattas som något som kan skapa samhällsförändring, men kanske framförallt hur stark lusten tycktes vara efter att få "göra gott". Kritiska frågor och diskussioner om konsumtion tycks också väcka känslor, vilket kanske inte är så konstigt eftersom konsumtion utgör en så pass central del av människors förståelse av dem själva, något som ofta uppfattas som en självklar rättighet men också som en identitetsmarkör för medelklassen (Arnesson 2018).

Den, framförallt i sociala medier synliga och av många omfamnade, populära versionen av feminism verkar vara särskilt kompatibel med företagande i olika former, i till exempel konsumtionsvaror, reklam och varumärkesbyggande (Banet-Weiser 2018). I denna avhandling vill jag undersöka skärningspunkten mellan marknad och feminism och försöka förstå vad som sker med begreppet feminism, och vilka möjligheter och begränsningar som formas, i denna skärningspunkt. Att arbete för social förändring engagerar och att feminism är synlig och vinner mark är givetvis någonting positivt och jag finner det inte produktivt att avfärda detta som enbart reklam, varumärkesbyggande eller identitetspolitik, inte heller är jag ute efter att försöka avgöra vad som är bra, progressiv eller autentisk feminism (se Banet-Weiser 2012, 2018). Jag vill istället undersöka de relationer, beroenden och begär som uppstår i denna skärningspunkt och hur feminism artikuleras och formas på de i avhandlingen undersökta arenorna. På de arenor som undersöks ryms storheter såsom kultur, ekonomi och politik, vilka den psykoanalytiskt inspirerade politiska filosofen Yannis Stavrakakis (2007: 228) har beskrivit som oskiljaktiga i vår senkapitalistiska samtid och sammanflätade av njutning och begär format av konsumtion och reklam. Slavoj Žižek (1989) å sin sida hävdar att reklam kan ses som både en manifestation och ett upprätthållande av rådande ordning.

När jag skriver om skärningspunkten mellan marknad och feminism så ser jag "marknad" som en *logik* innefattande de uttryck, regler, praktiker och relationer som styr när varor och tjänster utbyts, med andra ord som ett organisatoriskt system för relationerna på en marknad (Howarth 2005). J.K. Gibson-Graham *et al.* (2013: 85–86) beskriver marknaden som ett system för komplexa transaktioner mellan producenter och konsumenter. Den hegemoniska förståelsen av marknaden innefattar också idén om hur tillgång och efterfrågan på varor och tjänster och dess prissättning regleras naturligt och av sig självt. Jodi Dean (2008) argumenterar för att sådan förståelse vilar på en fantasi om den fria marknaden, byggt kring ett narrativ om att alla är potentiella vinnare. Hon menar att en sådan fantasi om marknaden döljer att den de facto regleras av lagar och regler som regleras av stater (t.ex. genom skatter, förordningar eller riktade

insatser etc.) och Gibson-Graham *et al.* (2013) menar att det döljer alla bidragande människor i produktionskedjan och den exploatering av mänskliga och andra resurser detta kräver. Min förståelse av marknaden som jag utgår ifrån här inbegriper således dessa aspekter, alltså även regleringen av marknaden och en ambition att synliggöra alla som är inblandade i produktionskedjor. En sådan förståelse av marknaden omfattar inte bara privata företag utan också staten, sociala företag, non-profitorganisationer, föreningar och stiftelser med flera (Ibid.).

Syfte och frågeställningar

Centralt för avhandlingens syfte är feminismens synlighet och självklara omfamnande i skärningspunkten mellan marknad och feminism, till exempel hur feministiska varor skapar ha-begär, hur feministisk reklam slår an känslor som används för att uppmana till att göra gott genom konsumtion eller hur företagande formuleras som en drivande kraft för social förändring. Syftet med denna avhandling är att undersöka vad feminism ges för betydelser på fyra olika men ofta sammanlänkade arenor som omfattar skärningspunkten mellan marknad och feminism där feminism som värde är synligt, omfamnat och positivt laddat. Genom att med psykoanalytiskt inspirerad diskursteori analysera en statlig kontext, en reklamkontext, en företagskontext och en aktivistkontext vill jag undersöka hur feminism används, artikuleras och förstås i denna skärningspunkt och vilka politiska möjligheter och konsekvenser som här formas.

Följande frågor vägleder analysen:

- Vilka diskurser om feminism artikuleras i ovanstående kontexter?
- Hur tas feministiska värden i bruk i de olika kontexter som analyseras?
- Vilka uttryck för social förändring görs begripliga och åtråvärda?
- Hur formas feministiska subjekt och förutsättningar för feministisk mobilisering?

De empiriska materialen i delstudierna representerar olika arenor eller kontexter där jag valt att studera skärningspunkten mellan marknad och feminism. Den statliga arenan representerar ett maktperspektiv ”uppifrån” som artikulerar företag som drivande i social förändring. Reklamarenan utgör ett exempel på ett företagarperspektiv där företag tar sin roll som förändrande kraft för givet. De feministiska företagen representerar ett mer ambivalent perspektiv där företagande och aktivism smälter samman, medan aktivistarenan representerar ett perspektiv som vänder sig ifrån marknadslogiker.

En statlig arena undersöks i delstudie 1, "*The discourse of social innovation and gender equality*", där skärningspunkten analyseras genom statens artikuleringar av socialt företagande och sociala innovationer. En statlig arena är viktigt att undersöka eftersom statens artikulationer har stor inverkan på formandet av vår förståelse av jämställdhet och social förändring. Feminism och jämställdhet är inte alltid samma sak. Feminism är vanligtvis en form av motstånd som kommer "underifrån", till exempel i form av sociala rörelser eller individuella handlingar, men kan också förekomma inom staten, så kallad statsfeminism (Halley *et al.* 2018). Det som kännetecknar statsfeminism är feministiska projekt som drivs av staten. Exempel på sådana projekt i Sverige är bland annat: arbete mot mäns våld mot kvinnor, prostitution, trafficking och sexuella trakasserier (Lilja och Johansson Wilén 2018). Utifrån en sådan förståelse inkluderar jag material om jämställdhet från staten för att bland annat kunna förstå hur vissa feminister positionerar sig och sin kamp i relation till statsfeminismen (se t.ex. Martinsson 2016). Genom en analys av policy-, medie- och webmaterial samt projektbeskrivningar inbegrips artikulationer av dels statsfeminism och dels social förändring samt relationen däremellan.

För att undersöka en reklamkontext analyseras i delstudie 2 "*Coffee by Women: the 'duty of ethical enjoyment'*" kaffeföretaget Zoégas reklamkampanj "Coffee by Women". Eftersom politik och ekonomi ger avtryck på till exempel konsumtion och reklam och konsumtion och reklam å sin sida påverkar och formar politiska logiker är feministisk reklam en viktig arena att undersöka för att förstå hur feminism artikuleras och tas i bruk i skärningspunkten mellan marknad och feminism. Genom att undersöka en reklamkampanj innehållande bilder, en musikvideo, texter och intervjuer, fångas hur Zoégas gör bruk av feministiska värden och feministisk estetik och hur detta formar både våra begär och vår förståelse av politik och social förändring.

En feministisk företagskontext undersöks i delstudie 3, "*Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility*", utifrån intervjuer med självdefinierade feminister som startat företag som ett sätt att bedriva feminism och social förändring. Intervjumaterialet fångar hur informanterna resonerar kring och begripliggör marknadens och feminismens ofta motstridiga ideal och vad feminism får för betydelse i skärningspunkten mellan marknad och feminism, hur feministiska subjekt formas och hur detta inverkar på förutsättningar för feministisk mobilisering.

Genom intervjuer med husockupanter som strävar efter ett fritt kulturhus undersöks en aktivistisk kontext i delstudie 4, "*Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjectification processes*". Intervjuer med aktivister som ämnar komma bort från en kommersialisering av det offentliga rummet ger ett empiriskt material som fångar både möjligheter och

svårigheter kring politisk mobilisering och social förändring. Studien analyserar artikuleringar som vänder sig ifrån en marknadslogik och fångar kollektiva begär och möjligheter för re-subjektifiering i en strävan efter social förändring bortom marknadsideal.

Avhandlingens bidrag blir således flera: att via de olika empiriska ingångarna inkludera olika arenor och via olika teoretiska inslag ta ett brett analytiskt grepp om skärningspunkten mellan marknad och feminism. Att via ett svenskt empiriskt material bidra till en kontextuell nyansering och nya insikter i forskningen om post- och populärfeminism, då denna forskning hitintills främst innefattat populärkulturella uttryck av feminism och främst bedrivits och utvecklats i en nordamerikansk och brittisk kontext. Och slutligen, att inte bara beskriva och analysera vad som sker utan med hjälp av psykoanalytisk inspirerad diskursteori också försöka förstå begäret, dragningskraften och njutningen i de diskurser som uppstår i skärningspunkten mellan marknad och feminism. Alltså inte enbart beskriva och förstå diskursernas form utan också ge ett teoretiskt bidrag genom att analysera dess kraft eftersom det också kan öka förståelsen för varför förändring är så svår att nå (Glynos och Howarth 2007).

Avhandlingens disposition

Avhandlingens inleds med denna introducerande del där jag beskriver mitt forskningsproblem, situerar studien och preciserar studiens syfte och frågeställningar. Sedan följer avsnittet *Tidigare forskning* som förutom att visa på närliggande forskningsfält också utgör en fördjupning av studiens situering. Det avsnittet inleds med en presentation av forskning som rör feministisk aktivism och organisering ur både ett historiskt perspektiv och ett mer nutida perspektiv, vilket inkluderar forskning om svensk kvinnorörelses organisering, feministisk aktivism och dess förhållande till nyliberalism samt viss forskning om jämställdhet i en svensk kontext. Därefter följer en presentation av närliggande forskning som använder sig av postfeministiska teorier och forskning som utgår ifrån populärkultur samt forskning om feminism som företagande. Därpå berörs forskning om reklam, etisk konsumtion och social förändring samt en avslutande del där jag specificerar avhandlingens situering och bidrag.

Efter avsnittet om tidigare forskning följer ett avsnitt om studiens teoretiska och metodologiska ramverk vilket inleds med en beskrivning av mitt poststrukturalistiska förhållningssätt. Därpå följer en beskrivning av diskursteori och framförallt av psykoanalytiskt inspirerad diskursteori utifrån Essex-skolans teorier. Här presenteras en lacaniansk subjektförståelse samt det för studien centrala teoretiska begreppet fantasi. Efter denna genomgång följer en diskussion om hur denna studie förstår och förhåller sig till kapitalism, ekonomi och det ekonomiska subjektet utifrån J.K. Gibson-Grahams arbeten. Sedan

presenteras de för studien centrala teoretiska begreppen postfeminism och populärfeminism som bygger på Rosalind Gill och Sarah Banet-Weisers teoretiska arbeten.

I nästföljande avsnitt beskrivs avhandlingens olika empiriska material tillsammans med urval och avgränsningar i avsnittet *Material, forskningsprocess och etik*. Avsnittet avslutas med en mer ingående beskrivning av forskningsprocessen och forskningsetiska avväganden.

Därpå följer en sammanfattning av avhandlingens fyra artiklar och deras främsta resultat innan avsnittet *Slutsatser* tar vid. I *Slutsatser* tas ett samlat grepp om avhandlingens fyra delstudier, övergripande slutsatser diskuteras och avhandlingens syfte och frågeställningar besvaras, varefter avhandlingens kapp avslutas med en diskussion om studiens teoretiska och metodologiska bidrag samt hur resultaten går att förstå i relation till forskning om misogyni och anti-genderuttryck. Slutligen presenteras avhandlingens fyra artiklar i sin helhet.

Tidigare forskning

Vad feminism betyder och hur den formas och omförhandlas i sin samtid är ett tämligen välstuderat område. Jag kommer här att lyfta fram tidigare forskning som tar sin utgångspunkt i genusvetenskaplig och feministisk forskning med relevans för min avhandling. Genusvetenskap bygger emellertid på en tvärvetenskaplig grund, med influenser från flera olika discipliner, varför jag också kommer att beröra andra fält och inriktningar som knyter an till min studie.

Avsnittet inleds med forskning som berör *feministisk aktivism och organisering*. Denna del tecknar dels den historiska framväxten av den forskning som bedrivits med genusvetenskapligt perspektiv inom humaniora och samhällsvetenskap och dels mer nutida genusvetenskaplig forskning om feministisk aktivism. Därtill inkluderas även forskning om stat och jämställdhet samt forskning som berör feministisk organisering och nyliberalism. Sedan följer ett avsnitt om *feminism, populärkultur och business* som främst lyfter fram internationell empirisk forskning om postfeminism som knyter an till min studie men också forskning som berör feminism och populärkultur och feminism och företagande. Avsnittet *feministiska subjekt* lyfter fram forskning om feministiskt subjektskapande i en nyliberal samtid och efterföljande avsnitt behandlar *reklam, etisk konsumtion och social förändring*. Kapitlet avslutas med avsnittet *avhandlingens situering och bidrag*.

Feministisk aktivism och organisering

Jag intresserar mig för hur feministisk politik och praktik uttrycks och förstås. Av intresse är därför forskning om feministisk aktivism och organisering. Sociologerna Helena Streiffert (1983) och Margareta Ljung (1995) har studerat kvinnorörelsen utifrån frågor om solidaritet kvinnor emellan respektive identitetsskapande processer. Den förstnämnda visar hur kvinnoorganisationers framgång hänger samman med kvinnornas sociala status och den sistnämnda hur kvinnogrupper erbjuder en plats för identifikation med andra kvinnor. Idéhistorikern Ulla Manns (2000) menar att kvinnorörelsen skrivit sin egen historia och att den historieberövningen framställer kvinnorörelsen som homogen, icke-radikal och i linje med samhällsordningen utifrån ett behov av att skapa sig legitimitet. Sociologen Eva Schmitz (2007) argumenterar för att det främst var kvinnorörelsens kollektiva, utåtriktade aktioner under 1970-talet som ledde till dess genomslagskraft utanför de egna leden i Sverige, men också att den internationella kontexten med antikrigsrörelsen inverkade stort på kvinnorörelsens radikaliseringsprocess. Idéhistorikern Valgerdur Palmadóttir (2018) undersöker i sin avhandling den historiska framväxten av idén om att "det personliga är politiskt" och hur personliga berättelser används i transnationell

feministisk aktivism. Hon diskuterar hur den feministiska rörelsen över tid rört sig mot att formulera krav i termer av mänskliga rättigheter. Det ”personliga är politiskt” är även genusvetaren Evelina Johansson Wiléns (2019) ingång när hon studerar hur ett fokus på det personliga (det hon pekar ut som etik) kan förstås i en nyliberal samtid där individualisering och moralisering över enskilda individer står i centrum. Genom intervjuer med självdefinierade feminister visar hon både på etikens förtjänster och brister och argumenterar för en etik som arbetar mot nyliberalismens individualism, som dock för att fungera, förutsätter mer materiell jämlikhet. Kvinnorörelsen och den feministiska rörelsen har således studerats ur en rad perspektiv, framförallt historiska och organisatoriska perspektiv men också deras förhållande till nyliberalism. Mitt bidrag till detta fält är att jag fokuserar specifikt på skärningspunkten mellan marknad och feminism och vilka möjligheter och konsekvenser som formas här.

En av de arenor jag undersöker i avhandlingen är en aktivistisk arena vilket också genusvetaren Mia Liinason och sociologen Marta Cuesta (2016) undersöker i studien *Hoppets politik: feministisk aktivism i Sverige idag*. De analyserar hur feministisk aktivism i Sverige formas och praktiseras i relation till nyliberalismens verkningar och beskriver en rörelse grundad i gemenskap och solidaritet med en vilja att förändra samhället och de sammanfattar den feministiska aktivismen som ”hoppets politik” centrerad kring känslor och konsensus. Ett fokus på känslor och mer specifikt bruket av sårbarhet som analytisk ingång för att studera feminism och nyliberalism har diskuterats av genusvetarna Johansson Wilén, Lina Palmqvist och Jeanette Sundhall (2019). De har undersökt sårbarhetsbegreppets potential med ”fokus på relationen mellan agens, motstånd, sårbarhet och rättvisepolitik i en nyliberal kontext” (2019: 52). Med utgångspunkten att feministiskt motstånd kan förstås i termer av att ”överkomma sårbarhet” menar författarna att ett fokus på sårbarhet kan vara produktivt i vissa fall och i vissa kontexter, men att det har sina begränsningar. Eftersom sårbarhet utgår från ett fokus på subjektet kan det ibland tendera att flyta samman med nyliberala diskurser om subjektets ansvar och därmed dölja strukturella villkor. Istället menar författarna att studier av politiska rörelser bör fokusera på kapitalismens exploatering och nyliberala logiker i samtiden, framför existentiella villkor. Frågor om etik, politik och feministisk organisering är av relevans för mig, dock riktar mitt huvudsakliga intresse in sig på hur och varför vissa kommersiella feministiska uttryck och praktiker blir så begärliga.

Feministisk politik och organisering har också studerats på en statlig arena. Statsvetaren Maud Eduards (2002) argumenterar för att det motstånd kvinnors politiska organisering har mött av det ”demokratiska etablissemanget” inte grundas i de krav kvinnorna ställt utan i själva organiseringen av kvinnor som ett kollektiv, framförallt när det berör mäns våld mot kvinnor. Statsvetaren Malin Rönnblom (2002) å sin sida visar att det främst är skilda förståelser av kön som

förklarar motstånd mot kvinnors organisering i sin studie om hur jämställdhet formuleras av aktivister respektive politiker i glesbygd. Att förstå motstånd mot kvinnors organisering är såklart viktigt, dock intresserar jag mig främst för det omvända, kontexter där feminism som värde är synligt, omfamnat och positivt laddat, och reser frågor om varför och vilka uttryck för feminism som blir begripliga och åtråvärda.

Mia Liinason (2018) menar utifrån sin undersökning att den svenska kvinnorörelsens förhållande till den svenska välfärdsstaten formulerats genom nyliberalistiska värden. Med diskursanalys följer Liinason hur kvinnoorganisationerna utmanar eller förstärker statens önskade styrning (2018: 5) och argumenterar för att staten skapar aktiva medborgare och ett civilsamhälle som internaliserar statens önsknings. Sammanflätningen mellan kvinnorörelsen och nyliberalismen tar sig i en skandinavisk kontext i uttryck i statens finansiering av (feministiska) kvinnoorganisationer och genom specifika historiska relationer mellan staten och civilsamhället. Bland annat visar Liinason (Ibid.) hur ett fokus på konsensus leder till att de studerade kvinnoorganisationerna positionerar sig i en diskurs "mot staten" och istället "på kvinnornas sida". Johanna Palmström m.fl. (2012) har å sin sida visat hur kvinnoorganisationer snarare koopterats av staten än positionerats mot den. Dessa något motstridiga resultat sätter fingret på vikten av kontextuella premisser för att förstå både formerandet av feministisk politik och post- och populärfeministiska uttryck i en svensk kontext.

Utifrån en internationell kontext undersöker genusvetaren Johanna Kantola och statsvetaren Judith Squires (2012) hur nyliberalism formar statsfeminismen, dvs. det arbete som sker inom statlig verksamhet, som rör kvinnors rättigheter. De menar att de kan skönja en rörelse från statsfeminism mot vad de kallar marknadsfeminism, en term de myntar för att beskriva det policyarbete kring kvinnors rättigheter som sker inom den privata sektorn och som därför lyder under marknadslogiker (2012: 383). Författarna argumenterar för att skiftet från statsfeminism mot marknadsfeminism urholkar feminismens radikala potential när feminismen artikuleras i termer av produktivitet och konkurrens, men ser samtidigt vissa möjligheter för marknadsmekanismer att utmana nyliberala normer genom till exempel en mer effektiv jämställdhetsintegrering (2012: 395). Kulturteoretikern Angela McRobbie (2009) argumenterar för att samtiden bör förstås som en feministisk backlash i förhållande till feminismens framgångar på sjuttio- och åttiotalen. Genom till exempel jämställdhetsintegrering har delar av feminismen och feministiska värden inorporerats i både politiken och dess institutioner och re-artikulerat feminismen i individualistiska termer. Jämställdhetsintegrering som sådan innehåller ett löfte om jämställdhet, valfrihet och empowerment men dess fokus på representation och de ideal som kvinnor förväntas eftersträva urholkar feminismen samtidigt som den stärker

den manliga hegemonin, menar McRobbie (se Alnebratt och Rönnblom 2016, för liknande slutsatser i en svensk kontext). Hur staten artikulerar feminism och jämställdhet är centralt för mitt arbete, dock sätter jag i min studie skärningspunkten mellan marknad och feminism i fokus och inte nyliberalism.

Feminism som jämställdhet och dess förhållande till stat och policy är relevanta områden som min avhandling knyter an till. Jämställdhet och dess formerande i förhållande till staten och civilsamhället är fokus i antologin *Challenging the myth of gender equality in Sweden* (Martinsson, Griffin och Giritli Nygren 2016) som utforskar förståelsen av jämställdhet i ljuset av en socialdemokratisk tradition och nyliberala ideologier i Sverige. I bidraget ”*Normalisation meets governmentality: gender equality reassembled*” analyserar sociologen Katarina Giritli Nygren, genusvetaren Siv Fahlgren och litteraturvetaren Anders Johansson hur jämställdhetsdiskurser flätas samman med nyliberala diskurser och betonar vikten av att i analysen av statlig styrning fokusera både på strukturer och individer. Marknaden och dess idé om fria val är viktiga komponenter genom vilka styrning fungerar, men, menar författarna, civilsamhället har en lika betydande roll för att kontrollera möjligheter och begränsa individuella val (2016: 63 se också Fahlgren, Giritli Nygren och Johansson 2016). Ett sådant resultat visar på vikten av att inkludera olika diskursiva kontexter i min analys vilken således omfattar stat, civilsamhälle och stora respektive små företag. Författarna betonar alltså vikten av att inte fokusera på bara struktur eller individ och inte heller att fastna i marknadens överlägsna dominans på alla domäner utan även lyfta fram civilsamhällets roll för politikens utveckling, vilket också är min utgångspunkt i artikel 4.

Antologin *Ambivalenser och maktordningar: feministiska läsningar av nyliberalism* (Fahlgren, Mulinari och Sjöstedt Landén 2016) behandlar också relationen mellan feminism och nyliberalism i en svensk kontext. I bidraget ”Nyliberal styrning och ideologi i offentlig verksamhet” av etnologen Angelika Sjöstedt Landén analyseras nyliberal styrning av arbetslivet och hur samtida ideal som rör styrning av välfärden, till exempel innovation, flexibilisering och effektivisering påverkar synen på arbete och arbetskraft. En av antologins slutsatser som är viktig att ta med i mitt arbete är att de nyliberala förändringarna som dominerar diskursen inte är oundvikliga, att vi är aldrig endast individer som konkurrerar på en marknad. Det är centralt att sätta fokus på ambivalenser och öppningar för det är där motstånd kan ske och där finns också möjligheter till att bygga kollektiv (Fahlgren, Mulinari och Sjöstedt Landén 2016: 216–218). Nyliberala uttryck i offentlig verksamhet är också något som statsvetaren Katharina Tollin (2011) visat i sin studie av jämställdhetspolitiska förslag i en svensk kontext. Genom att följa jämställdhetspolitiken över tid argumenterar hon för att bilden av svensk jämställdhetspolitik som framgångsrik döljer dess nära samverkan med nyliberala strukturer och visar hur en nyliberal politik med

nedskränningar och försämrade villkor på arbetsmarknaden gått hand i hand med jämställdhetspolitiska framgångar.

Följsamheten mellan feminism och nyliberal kapitalism är även välstuderat i en internationell kontext. Sociologen Hester Eisenstein (2005, 2009) argumenterar för att det främst är andravågsfeminismens krav på kvinnors rätt till försörjning som spelat den globala kapitalismen i händerna. Hon lyfter fram hur feministiska krav på rätt till frigörelse från mannen genom lönearbete formulerats i samklang med och förstärkt den globala, nyliberala kapitalismen (Eisenstein 2009: viii, se också Carbin, Overud och Kvist 2017 för en svensk kontext). Filosofen Nancy Fraser (2013: 220–221) för ett liknande resonemang och menar att feminismens krav på lönearbete banat väg för en förståelse där frigörelse blivit synonymt med ekonomisk tillväxt (2013: 240). När den hegemoniska liberalfeministiska diskursen, som Eisenstein (2005, 2009) kallar den, tar sin utgångspunkt i vita medelklasskvinnors förutsättningar och jämställer frigörelse med betalt arbete, så underlättas exploateringen av sämre beställda kvinnor (Eisenstein 2017). Fraser (2013) argumenterar för att de områden där feminismen fått gehör för sina krav också är områden där nyliberala strukturer finner vinning, att feminismen och kapitalismen i mångt och mycket så att säga följs åt.

Studier om feminismens relation till nyliberalism är som ovan visat ett tämligen välstuderat ämne och ett ämne som tydligt knyter an till min studie. Dock vill jag inte enbart positionera min avhandling i detta fält, eller åtminstone inte begränsa den till det då jag inte på förhand vill ta nyliberalismens verkningar för feminismen som huvudsaklig utgångspunkt. Dels för att denna utgångspunkt tenderar att bygga upp en falsk dikotomi mellan ”rätt” och ”fel” feminism, utifrån hur påverkad av nyliberala strukturer den studerade feminismen argumenteras vara och dels att den tenderar att bygga på en förståelse av att det skulle gå att ställa sig utanför nyliberalismens verkningar. Därtill har mitt bidrag också ett fokus på när feminism möter kommersiella uttryck såsom populärkultur, företagande och reklam.

Feminism, populärkultur och business

Feminismens förhållande till populärkulturen och dess nyliberala och kapitalistiska samtid har undersökts av McRobbie (2009). Med sin bakgrund inom kulturstudiefältet utgår McRobbie från populärkulturell empiri när hon argumenterar för att den samtida feminismen genomsyras av en *postfeministisk* diskurs som innefattar idén om att feminismen redan nått sitt mål och renderar feminismen som onödigt eftersom jämställdhet inte längre är något kvinnor behöver bry sig om. Själva prefixet ”post” i postfeminismen ska inte tolkas som feminismens död utan snarare som en slags ersättning av en politisk rörelse. En rörelse som tas i beaktning för att sedan ersättas med postfeministiska ideal

såsom individualism, valfrihet och (individuell) empowerment (McRobbie 2009: 1). En viktig ingång i mitt arbete är McRobbies (2009) poäng att inte ta feminismens segrar för givna utan noggrant studera de bakomliggande processerna för de postfeministiska uttrycken för att också lyfta fram vad de döljer (se också Fraser 2009). De feministiska uttryckens självklarhet och synlighet, i populärkultur, media och reklam, som finns i den kontext jag studerar, kan peka mot att dess förändringspotential undermineras av individualiserade och konfliktlösa marknadslogiker.

Sociologen Rosalind Gill (2007, 2017) å sin sida argumenterar för att postfeminism karakteriseras bland annat genom ett fokus på kroppen, en förskjutning från objektifiering till subjektifiering och ett fokus på individualism, valfrihet och empowerment. En viktig poäng här är postfeminismens relation till både feminism och nyliberalism. Postfeminismen är alltså enligt en sådan utgångspunkt inte bara ett svar på feminismen utan konstitueras också genom nyliberala ideal vilket pekar mot att nyliberalismen som sådan ska förstås som alltid redan könad (Gill 2007, postfeministiska uttryck har också studerats av t.ex. Douglas 1995; Tasker och Negra 2007)¹. Utifrån feminismens ökade synlighet i media och populärkultur de senaste åren argumenterar medievetaren Sarah Banet-Weiser (2018, 2018a) för begreppet *populärfeminism* istället för postfeminism, då hon menar att detta begrepp fångar samtida tendenser bättre. I motsats till postfeminism så uppmärksammar populärfeminismen ojämställdhet, till exempel genom fokus på kvinnors sårbarhet inför sexism istället för att bara fokusera på till exempel "girl power", men lösningarna som föreslås utgår likväl från en liknande nyliberal logik (Ibid. 2018). Både teorier om postfeminism och populärfeminism är viktiga för min studie. Dock har de en brittisk och nordamerikansk utgångspunkt och det är därför viktigt att undersöka hur dessa teorier fungerar i en svensk kontext, framförallt eftersom det svenska välfärdssystemets, den svenska kvinnorörelsens och den svenska feminismens utveckling skiljer sig från dessa kontexter. Vidare bidrar min studie med ett brett och varierat empiriskt material som studerar post- och populärfeministiska uttryck på flera olika arenor, ett brett perspektiv som i sig självt medför möjligheter till andra slutsatser.

Postfeminism som vetenskapligt begrepp har både kritiserats och utvecklats under årens lopp främst inom medie- och kommunikationsvetenskap. Medievetaren Stephanie Genz (2017) argumenterar för att begreppet måste

¹ Begreppet postfeminism kan i vissa fall också beteckna en vetenskapsteoretisk position, i andra fall som en mer postmodern position som kritiserar en utgångspunkt i det stabila subjektet och kritik av "kvinnan" som enhetlig. I ytterligare andra fall som en mer "anti-feministisk" position som kritiserar den monolitiska idén om patriarkatet (ibland kallad den tredje vågens feminism, Wright 2000). Dessa positioner är dock inget jag kommer att intressera mig för här utan jag använder postfeminism som ett begrepp för att kritiskt studera vissa typer av feministiska uttryck.

utvecklas i förhållande till en samtid präglad av finanskriser, nedskärningar och tilltagande prekarisering. Banet-Weiser (2018) å sin sida har uppmärksammat en förändring som framförallt gäller feminismens ökade synlighet de senaste åren. Denna synlighet kan ses i uttryck såsom feministiska bästsäljare, modemagasin med specialnummer om feminism eller kändisar som förespråkar feminism i intervjuer, uttalanden och klädval. Andra (t.ex. Ryan 2018; Retallack *et al.* 2016; Lumby 2011; Whelehan 2010) argumenterar för att denna nya synlighet gör att postfeminism som begrepp måste omarbetas eller överges eftersom samtida tendenser inte omfattas av begreppet. Medievetaren Simidele Dosekun (2015) kritiserar forskning om postfeminism utifrån att den är västcentrerad och argumenterar för att postfeminism som begrepp är i grunden västerländskt och förespråkar en mer transnationell förståelse av begreppet. Hon menar att en postfeministisk identitet inte kan antas av alla runt om i världen men att postfeminism säljer världen över (2015: 9).

Att feminism är under ständig förhandling och tar olika form och betyder olika saker i olika kontexter blir tydligt av ovan diskussion och är således en av mina utgångspunkter i avhandlingsarbetet. En av de kontexter som särskilt intresserar mig är när feminism görs i relation till en produkt eller vara. Etnologen Jenny Gunnarson Payne (2006) undersöker i sin avhandling systerskapets logiker i producerandet av feministiska fanzines. Utifrån ett intresse för vad systerskap betyder och vilken funktion det fyller i både den studerade kontexten och i en bredare feministisk rörelse visar hon på systerskapets gränsdragningar, dess exkluderingar och inkluderingar samt hur det används för att bygga kollektiv. I delstudie 3 undersöker jag också hur systerskap tar form genom att intervjua feminister som gör feminism genom att producera och sälja produkter såsom smycken, kläder och konst. Att göra företagande av sin feminism har genusvetaren och etnologen Lena Martinssons (2016) utforskat i sin text *Den aktiv/istiska företagaren* där hon intresserar sig för när politik och aktivism sker genom marknaden. Utifrån intervjuer med tre personer som driver företag som en typ av aktivism argumenterar Martinsson för att nyliberalismen sprider sig till sociala rörelser och aktivism. Även om de intervjuade inte drivs av ekonomisk vinst så påverkas deras arbete av nyliberala strukturer i form av effektivitet och genom att villkoras genom en kapitalistisk logik. Det aktivistiska nyliberala subjektet blir både motståndare till och medskapare av marknadsens ideal. Marknadsstyrning av jämställdhetsarbete har studerats av statsvetarna Elisabet Olivius och Rönnblom (2019, 2017) genom intervjuer med jämställdhetskonsulter, där de undersökt hur jämställdhetspolitikens innehåll förändras när den bedrivs i en marknadsanpassad form. Feminism som sker via marknaden har alltså i en svensk kontext studerats utifrån vilka effekter det får på feminism och jämställdhetspolitik vilket också är en fråga jag intresserar mig för, men framförallt är jag intresserad av varför en dragnings mot marknaden sker.

Feministiska subjekt

Jag är också intresserad av hur feministiska subjekt produceras och formas på de arenor jag studerar. Om en stor del av forskningen undersöker relationen mellan liberalfeminism och nyliberalism så frågar sig litteraturvetaren Cathrine Rottenberg (2013) snarare *varför* behovet av en nyliberalistisk feminism finns. Rottenberg (2013; se också Farris och Rottenberg 2017) argumenterar för att liberalfeminismen i snabb takt ersätts med det hon benämner nyliberal feminism, utifrån ett samtida ökat fokus på kvinnors frigörelse i individualistiska termer. Hon pekar på en kulturell process där liberalfeministiska värden re-artikuleras och översätts till en särskild nyliberal styrningslogik. Det nyliberala feministiska subjektet mobiliseras genom att flytta fokus från strukturella förklaringar och lösningar till att ojämställdhet istället blir en fråga om individuellt ansvar (Rottenberg 2013; se också Oksala 2011).

Eftersom min avhandlings analyser syftar till att förstå både möjligheter för kollektiv feministisk mobilisering och konstituering av feministiska subjekt är en av Rottenbergs poänger central: att den nyliberala feminismen också producerar en ny typ av feministiskt subjekt. Ett individualiserat subjekt som kan sägas vara feministiskt eftersom subjektet är medvetet om ojämställdheten mellan kvinnor och män, men samtidigt också nyliberalt eftersom det både bortser från de strukturella krafter som skapar dessa ojämlikheter samt internaliserar ansvaret för både sitt eget mående och sin framtida situation. Genom re-artikulering av innebörden av centrala liberala begrepp såsom jämlikhet, möjligheter och valfrihet produceras det nyliberala feministiska subjektet inte bara som individualiserat utan också som ett entreprenöriellt subjekt på så vis att subjektet orienteras mot självoptimering, innovation och initiativförmåga (Farris och Rottenberg 2017: 10–11; jfr. Brown 2015; Hearn 2012). Detta är centralt för att förstå förutsättningar för kollektivt feministiskt motstånd. På frågan varför denna typ av individualiserad feminism behövs i en nyliberal ordning erbjuder Rottenberg (2013) några olika hypoteser. Å ena sidan kan denna typ av feminism förstås som ytterligare en ny sfär som nyliberalismen annekterat² genom att producera sin egen variant som ligger i linje med det nyliberala systemet. Å andra sidan tjänar den nyliberala feminismen ett speciellt kulturellt syfte, nämligen att undergräva liberalfeminismen och samtidigt stärka en nyliberal rationalitet och imperialistisk logik i en nordamerikansk kontext.³ Genom att re-artikulera enskilda kvinnors framgång till en feministisk framgång så framställs USA:s politisk-ekonomiska system i bättre dager och bilden av dess moraliska och politiska överlägsenhet förstärks (Rottenberg 2013: 420). De nyliberala feministiska uttrycken bidrar till att skapa en illusion om ett land villigt till

² Även Brown (2015) för ett liknande resonemang om nyliberalismens förmåga att gripa tag i och dominera livets alla områden.

³ Rottenberg (2013) behandlar den nyliberala feminismen endast i en nordamerikansk kontext.

självkritik, ett land engagerat i liberala idéer, men döljer samtidigt en ordning grundad på könande och rasifierande marknadslogiker. Nyliberala feministiska diskurser (re)producerar en idé om ett öppet och moraliskt gott land på samma gång som de förstärker en imperialistisk logik. Istället för att som tidigare fokusera på andra länders ojämställdhet och dåliga villkor för kvinnor (tänk utpekandet av t.ex. muslimska kvinnors villkor) så erbjuder den nyliberala feminismen en skenbar intern kritik samtidigt som den omförhandlar själva premisserna för kritiken. Detta undergräver annan, mer radikal feministisk och anti-rasistisk kritik samtidigt som imperialistiska logiker kan fortsätta att spridas gentemot andra länder (Rottenberg 2013). Dock varnar Rottenberg för en förståelse av nyliberalismen som monolitisk⁴ och uppmanar till att kritiskt söka efter potentiella motsättningar inom nyliberala feministiska uttryck. Min studiedesign, där de olika delstudierna fokuserar på olika aktörer med olika agendor och min teoretiska grund i kulturgeografernas J.K. Gibson-Grahams (1996, 2006) förståelse av kapitalismen som fragmenterad, öppnar för att se potentiella motsättningar såväl som möjligheter i de feministiska uttryck jag empiriskt studerar.

Ett fokus på det feministiska subjektet har Johansson Wilén (2018) också haft i en intervjustudie med självidentifierade feminister. Där undersöker hon relationen mellan kritik och feminism under nyliberala villkor. Studien visar att under samtidens nyliberala villkor är politisk identitet inte detsamma som politisk aktivitet. Kritik och feminism beskrivs av informanterna i studien som sammanlänkade och att vara kritisk framstår därför som en feministisk egenskap. Johansson Wilén (2018) är dock skeptisk till denna subjektorienterade kritik, då den fokuserar på en ständig förändring av jaget framför en förändring av världen, ett jag-fokus som leder till att individer hålls moraliskt ansvariga istället för att ställa krav på samhällsförändring. Konsumtion är ett annat område där individer hålls moraliskt ansvariga för sina val, framförallt när det kommer till så kallad etisk konsumtion, vilket är fokus för nästa avsnitt.

Reklam, etisk konsumtion och social förändring

Jag intresserar mig också för hur uttryck för feminism och social förändring formas i relation till en marknadsarena, framförallt i en kontext av konsumtion och reklam. Politisk, hållbar eller etisk konsumtion är således ytterligare ett fält som angränsar till undersökningsområdet i denna avhandling. Politisk konsumtion definieras primärt som konsumenters användande av marknaden som en arena för förändring. Sådan konsumtion innefattar både ”boycott”, dvs. att inte köpa en viss vara, och ”buycott”, när vissa varor köps för att stödja ett

⁴ Detta ligger i linje med J.K. Gibson-Grahams (1996, 2006) teoretiska förståelse av kapitalismen och deras varning för att teoretisera kapitalismen som ett monolitiskt system och på så sätt stänga möjligheterna till att undersöka motstånd och alternativa ekonomiska lösningar.

uttalat politiskt syfte (Littler 2009). Begreppet politisk konsumtion spänner över såväl etiska och miljömässiga som politiska områden (Stolle och Micheletti 2013: 39). Statsvetaren Henric Barkman (2014) särskiljer politisk från hållbar konsumtion genom att framhålla att politisk konsumtion har ett uttalat politiskt syfte. Hållbar konsumtion å andra sidan syftar till omständigheter kring produktionen som anses vara ”hållbara” (Ibid. 2014: 15). Det finns dock ingen entydig användning av begreppet hållbar produktion (Syssner 2011; Davidsson 2010).

Etisk konsumtion är ett begrepp som söker fånga en snabbt växande trend där ett ständigt ökande utbud av varumärken marknadsförs med värden kopplade till socialt ansvarstagande, hållbarhet och ”att göra gott” (Tornhill 2016; Littler 2009; Mukherjee och Banet-Weiser 2012). Denna marknadsinriktning blev särskilt framträdande efter finanskrisen kring 2008 (Roberts 2015) då ett ökat fokus på företags sociala ansvar – Corporate Social Responsibility (CSR) – och etiska uppförandekoder hos företag framträdde som ett svar på den skepticism som växte fram mot den globala, finansdrivna kapitalismen i finanskrisens spår. Detta svar inkluderade också ett särskilt fokus på kvinnor och feministiska värden, eftersom kvinnor ansågs vara en säkrare investering (Roberts 2015, 2016).

Forskning om etisk konsumtion har utförts inom ett brett spektrum av discipliner och med varierande perspektiv, från företagsekonomi som till exempel fokuserar på vilken påverkan etisk handel har på produktionsvillkor och tillväxtpotential (t.ex. Griffiths 2012; Karjalainen and Moxham 2013; Smith 2010), olika aspekter av konsumentmakt (t.ex. Micheletti and Stolle 2008; Micheletti 2003) och kommodifieringsprocesser (t.ex. Zick Varul 2008; Binkley 2008; Littler 2012). Ett exempel på kommodifieringsprocesser beskriver sociologen Isleide Arruda Fontenelle (2010) genom att visa hur diskursen kring den ”medvetne konsumenten” som handlar etiskt har assimilerat kritiken mot valfrihet och överkonsumtion samt individers skyldigheter gentemot planeten och andra människor, vilket manifesteras i att ”sonandet” kan säljas som en vara. Hon menar att etisk konsumtion får konsumenten både att känna sig ”empowered” och ansvarig för att lösa de problem som kapitalismen/konsumtionen gör sig skyldig till (miljöproblem och orättvisor). Diskursen om den medvetna konsumenten gör den individuella konsumenten helt och hållet ansvarig för sin konsumtion, och det är genom produktionen av ett dåligt samvete samtidigt som problemet ramas in som brist på individuellt ansvarstagande, som gör att den etiska varan kan produceras och säljas, dvs. själva sonandet blir kommodifierat (se också Thompson 2012). Sociologen Robert Goldman *et al.* visade redan i början av nittiotalet i artikeln *Commodity Feminism* (1991) hur företag som fått feministisk kritik mot sina reklamkampanjer, tillmötesgår och assimilerar kritiken genom att använda sig av feministiska budskap och bilder i sin

marknadsföring. Även om företagens reaktion kan tolkas som positiv i så motto att de "tar till sig" kritiken så använder de feminism i sin marknadsföring för att öka försäljningen. Genom en sådan praktik argumenterar Goldman *et al.* (1991) för att det feministiska politiska engagemanget kommodifieras. Etisk konsumtion har också studerats som en fråga om identitet (t.ex. Wheeler 2012; Hearn 2012), som en fråga om moraliskt helande (Allahyari 2000) och som ett sätt för både företag och konsumenter att representera sig själva som medvetna aktörer (Barnett *et al.* 2005; se också Goodman 2004). Medie- och kommunikationsvetaren Johanna Arnesson (2018) studerar i sin avhandling diskurser kring etisk konsumtion med mode som empiriskt exempel och argumenterar för att den etiska konsumtionen omförhandlar idéer om etik, feminism och autenticitet och att ett subjekt som vänder sig ifrån kollektivism konstrueras som det autentiska politiska subjektet.

I den etiska konsumtionens logik finns en inbyggd tanke om kapitalismen som drivkraften för social förändring, som genom konsumtion och en utvidgad marknad också sprider sig till platser i globala Syd. Av det följer ett implicit antagande om att den fria marknaden är den huvudsakliga plats där social förändring kan och bör ske (Tornhill 2010: 31). Människor ska inte hjälpas med t.ex. offentliga medel utan ska uppmuntras till att hjälpa sig själva (Tornhill 2016). Dessa idéer vilar starkt på individuella lösningar och en privilegiering av marknaden och därför är individer som kan omsätta sitt eget värde – entreprenörer – de mest eftersökta (Tornhill 2010: 117). Denna typ av logik kommer ofta till uttryck i reklamen för den etiska konsumtionen, där just entreprenören är en mycket framträdande figur och så även talet om hjälp till självhjälp och "empowerment".

En ansenlig del av reklam för etisk konsumtion anspelar på emotionella värden, att mottagaren ska empatisera och bry sig om till exempel "fattiga" eller "miljön". Samtidigt finns ofta en underliggande anspelning på skuld och dåligt samvete där konsumenten genom att handla rätt kan sona för sina och andras synder och därmed göra världen till en bättre plats och samtidigt lindra sitt dåliga samvete och därigenom må bättre. Dessa emotionella aspekter har också könsdimensioner. Nina Björk (2000) lyfter fram att kvinnors roll i offentligheten i Sverige sedan länge varit knutet till konsumtion genom deras ansvar för inköp relaterade till hemmets vardagliga sysslor, och att denna konsumtion betraktats som tråkig och obetydlig och att den inte har varit förknippad med något värde. Men genom reklamens emotionella tilltal interPELLERAS kvinnor till konsumtion, där vissa värden inbäddas i köpehandlingen, och den tidigare "meningslösa" feminiserade vardagskonsumtionen laddas därmed med en större mening.

Etisk konsumtion som forskningsfält är tämligen välstuderat i en internationell kontext. I Sverige situeras dock denna forskning främst inom statsvetenskap med

ett fokus på styrning och politik även om den på senare år också återfinns i till exempel medievetenskap. Mitt bidrag (artikel 2) utgår från feministiska kulturstudier och mer populärkulturella uttryck och inriktar sig på vissa diskursers kraft och förmåga att greppa tag om feministiska subjekt genom ett fokus på fantasmatiska logiker och begär.

Avhandlingens situering och bidrag

Efter ovan presenterade genomgång situerar jag min avhandling mellan (feministiska) kulturstudier och genusvetenskap. Från det förstnämnda tar jag med mig en förståelse av populärkulturella och kommersiella uttrycks samspel och relation med det politiska och från det sistnämnda ett fokus på maktrelationer formade av en rad positioner och faktorer. Ovan genomgång har också visat att det finns många historiska, empiriska och teoretiska bidrag inom det genusvetenskapliga och feministiska forskningsfältet som hjälpt mig att formulera mina analytiska ingångar till denna avhandling. Diskussionen fungerar även som inspiration för vilka slags arenor som det finns poänger med att undersöka och vilka empiriska material som känns angelägna att analysera.

Feministisk organisering ur ett historiskt, identitets- och organisatoriskt perspektiv är tämligen välstuderat i en svensk kontext, framförallt finns inom denna forskning ett fokus på motstånd mot feministisk organisering. Feminismens förhållande till nyliberalism i både en svensk och internationell kontext är också ett välstuderat fält. Jag riktar mitt fokus mot skärningspunkten mellan marknad och feminism och mot kontexter där feminism som värde är synligt, omfattat och positivt laddat vilket är ett mindre studerat fält, framförallt i en svensk kontext. Det finns endast ett fåtal studier med fokus på feminism och företagande och dessa undersöker framförallt vad som händer med feminismens potential i företagandet. Internationellt, det vill säga i andra kontexter än den svenska, finns mer forskning på detta område och särskilt på området som berör feministisk reklam.

Mitt bidrag till detta fält är en studie på flera olika men sammanlänkade arenor som omfattar skärningspunkten mellan marknad och feminism. De olika arenorna med sina skilda empiriska material kan bidra till nyansering, visa på komplexitet men också ge möjligheter att syntetisera mitt material för att kunna dra övergripande slutsatser. Ytterligare ett bidrag till studier om samtida feminism är att jag inte tar nyliberalism som utgångspunkt då jag anser att ett alltför tydligt fokus på nyliberalism har en tendens att föregå analysen men också att det riskerar en uppdelning mellan en bättre och sämre feminism vilket bygger på en icke-diskursiv förståelse och att det skulle gå att ställa sig utanför samhällets diskurser. Därtill så bidrar min teoretiska och analytiska ansats med psykoanalytiskt inspirerad diskursteori, framförallt med fantasibegreppet med

att undersöka och försöka förstå varför feminism i en marknadscontext är så begärlig och vilka uttryck för social förändring som här blir åtråvärda. Där de flesta studier stannar vid frågan om hur, vill jag närma mig frågan om varför.

Teoretiskt och metodologiskt ramverk

När det kommer till teori och teoretiska infallsvinklar så är det framförallt två doktorandkurser som haft störst inflytande på mitt tänkande och påverkat mitt skrivande av denna avhandling. Den första är kursen ”Applying Discourse Theory – Politics, Ideology, Populism” vid Essex University i England under ledning av Jason Glynos och Yannis Stavrakakis sommaren 2016. Härifrån tog jag med mig, inte bara diskursteorins grunder, utan också logikperspektivet där framförallt fantasibegreppet kom att bli centralt. Just fantasibegreppet öppnade vägar för mig att förstå och sätta ord på de begär och känslor som visade sig på olika sätt i mitt material. Den andra kursen är ”Researching postcapitalist possibilities” vid Western Sydney University som gavs av Katherine Gibson och Stephen Healy 2018. Kursen påverkade mitt sätt att förstå och teoretisera kapitalism genom att ge mig verktyg att se möjligheter och öppningar i mitt material samt en djupare förståelse för fältet feministisk politisk ekonomi, inte minst genom J.K. Gibson-Grahams forskning. Ytterligare ett teoretiskt fält som visat sig betydelsefullt i skrivandet av denna avhandling och för förståelsen av mitt material är teorier om post- och populärfeminism. Angela McRobbie, Rosalind Gill och Sarah Banet-Weisers arbeten inom området har gett mig teoretiska begrepp och infallsvinklar att analysera samtida feministiska praktiker, till exempel Gills (2007) fokus på känslor och affektiva investeringar för att urskilja postfeministiska logiker och Banet-Weisers (2018) förståelse av populärfeminismens förhållande till sociala medier som en synlighetens ekonomi.

I skärningspunkten mellan marknad och feminism uppstår diskursiva gränser, gränser som påverkar vår förståelse av feminism såväl som av marknad. På så sätt produceras både möjligheter och begränsningar för feministiska subjektiviteter och feministisk organisering. För att närma mig dessa processer tog jag min utgångspunkt i Ernesto Laclau och Chantal Mouffes diskursteori som utvecklades i verket *Hegemony and socialist strategy* (1985). För att förstå den ideologiska kraften i det kommersiella tilltalet och de diskurser som omgärdar skärningspunkten mellan marknad och feminism, vände jag mig till *fantasibegreppet* som utvecklats vidare inom det diskursteoretiska fältet med inspiration av psykoanalys och särskilt Jacques Lacans teorier. Fantasier har ”ofta makt att motivera och strukturera de praktiker som vi alla är inskrivna i. Fantasier om det goda eller rätta [...] blir till beslut som formar människors vardagsliv” (Sjöstedt Landén 2012: 77), fantasier har alltså en normerande effekt. En utgångspunkt är att de dominerande idéerna i samhället, de hegemoniska diskurserna, är ideologiska konstruktioner och de psykoanalytiskt inspirerade koncepten är då ett stöd i att analytiskt närma sig de affektiva investeringar och bindningar som reproducerar och upprätthåller ideologiska strukturer. Ovan

teoretiska fält och infallsvinklar kan alla hänföras till poststrukturalismen och en poststrukturalistisk syn på vetenskap.

Ett poststrukturalistiskt förhållningssätt

I detta avsnitt ämnar jag lyfta fram och fokusera på vissa centrala poststrukturalistiska idéer som är betydelsefulla för hur jag tar mig an mitt material och mina analyser. En central utgångspunkt i poststrukturalismen är meningsskapande och att meningsskapande som sådant alltid innefattar en pågående kamp om betydelse samt att mening aldrig helt kan fastställas utan bara vara temporärt fixerad. Poststrukturalism som sådan är ingen enhetlig teoribildning utan jag ser det som ett vetenskapsteoretiskt förhållningssätt till både kunskap och samhälle som lite grovt kan sammanfattas med tre centrala idéer: (1) att mening aldrig helt kan fastslås eller fixeras, (2) diskursernas konstitutiva kraft, och (3) de politiska effekterna av teorier och forskning (Gibson-Graham 2000: 95). Poststrukturalismen innefattar också en kritik av de stora berättelserna, de "stora sanningarna". Den uppmanar till att försöka lokalisera och kontextualisera specifika fenomen för att förstå vad som ligger till grund för att de stora berättelserna blir till och accepteras som sanningar i samhället och för att ifrågasätta dem och visa på motsägelsefullheter. En poststrukturalistisk kunskapssyn ser kunskap som multipel, motsägelsefull och politisk, vilket står i motsats till att se kunskap som singulär, ackumulativ och neutral (Gibson-Graham 2000: 95).

För min studie betyder det poststrukturalistiska förhållningssättet mer specifikt att jag inte förstår stora koncept såsom kapitalism eller nyliberalism som monolitiska och totalitära utan istället försöker jag undersöka vilka särskilda uttryck som produceras i specifika kontexter (Gibson-Graham 1996). Den svenska nyliberala kontexten och historien när det kommer till feminism skiljer sig till exempel ifrån den nordamerikanska, vilken jag hämtar en del teoretiska infallsvinklar från. Dessa kontextuella skillnader gör att feministiska diskurser och former för organisering får olika premisser. Jag fokuserar speciellt på uttryck, praktiker och artikuleringar som tas för givna genom att försöka förstå *varför* vissa feministiska uttryck är populära och åtråvärda vid en viss tid och i en viss kontext. Samtidigt behöver analysen vara öppen för att feministiska uttryck skulle kunna se ut på ett annat sätt eftersom betydelse inte är en gång för alltid fastslagna. Det är inte alltid givet att feminism utmanar makten men inte heller att feminism idag är alltigenom avpolitiserad, utan snarare pågår en ständig kamp om betydelse i avseende på vad feminism är eller bör vara. Enligt en poststrukturalistisk förståelse tar sig detta alltså olika uttryck beroende på kontext. Denna förståelse innebär dock inte att jag inte är intresserad av övergripande tendenser, till exempel att det i populärfeministiska uttryck finns många likheter mellan den svenska och till exempel den nordamerikanska eller

brittiska kontexten från vilken den mest omfattande forskningen på detta område härstammar. Det intressanta för mig är att undersöka och försöka förstå de processer som renderar betydelser i skärningspunkten mellan marknad och feminism och hur de tar sig uttryck.

Diskursteori, ideologikritik och fantasibegreppet

Med hjälp av poststrukturalistiska teorier om språk ifrågasätter och bygger Laclau och Mouffe (1985) vidare på marxistiska teorier. De arbetar genom en kritik av Marx' texter och argumenterar för att det inte går att skilja på vad som är idéer och vad som är det materiella. Hur vi förstår det materiella är beroende av språket, alltså diskursiva representationer av det materiella (Laclau och Mouffe 2008: 162). Laclau och Mouffes diskursbegrepp omfattar inte bara språkliga dimensioner utan också praktiker och sociala strukturer (Laclau och Mouffe 2008: 159–163). Språket ses inte som något neutralt som används för att beskriva en "sann" verklighet, utan snarare tvärtom, att språket konstituerar verkligheten och genom att beskriva världen med ord så får den också mening. Verkligheten skulle dock potentiellt alltid kunna beskrivas på ett annat sätt, förståelsen av verkligheten är alltså inte fastslagen en gång för alla, utan diskurser ses som villkorade och tillfälliga, det vill säga kontingenta (Laclau 1996). Diskursteori bygger alltså på idén om att alla handlingar och objekt är betydelsefulla för meningsskapande och något som skapar och hårbärger mening. Objekt och sociala praktiker existerar, det vill säga det finns en "verklig" värld i vilken vi lever, med saker och händelser, men hur vi förstår världen och ger den mening sker genom språket. Förståelsen och meningen är alltså diskursiv. Hur vi uppfattar ett visst objekt är beroende av hur vi uppfattar andra objekt, meningsskapandet sker relationellt och sociala praktiker konstruerar, upprätthåller och ibland också ifrågasätter de diskurser som skapar den sociala verkligheten. Meningen i en diskurs stabiliseras genom utslutning av andra förståelser. Vid en viss tidpunkt, i en viss diskurs förstås världen på ett visst sätt. På så vis kan man säga att diskurser är politiska i och med att det hela tiden sker en kamp om mening. Att kontrollera diskursen innebär att ha makten över meningsskapandet och makten att beskriva världen blir således makten att kontrollera människors världsuppfattning. Eftersom diskursen i Laclau och Mouffes förståelse är kontingent, enbart tillfälligt fixerad, så pågår en diskursiv kamp om vilken förståelse som ska vara den för tillfället dominerande. Alternativa förståelser trängs ut i det som Laclau och Mouffe (2008) benämner det *diskursiva fältet*. Så även om en meningsbetydelse är tillfälligt fixerad, så ligger andra förståelser kvar i det diskursiva fältet och "hotar" med att tränga sig in i diskursen och destabilisera ordningen (Howarth 2007). Utifrån antagandet att diskurser är tillfälliga, historiska konstruktioner följer alltså samtidigt att diskurser är sårbara för de politiska krafter, de alternativa betydelser, som utestängs när diskursen tillfälligt stabiliseras. Eftersom meningssystem är

tillfälliga och aldrig helt kan uttömma ett socialt meningsfält kan meningen med ett objekt eller en praktik aldrig helt fastställas, vilket möjliggör att förändring kan ske.

I skenet av antagandet om att diskurser är tillfälliga och historiska konstruktioner är det till exempel inte en gång för alla fastslaget hur feminism ska förstås, hur feministiska uttryck ”ser ut” eller vilka feministiska krav och frågor som står på agendan. Det pågår alltså en diskursiv kamp om meningsbetydelsen kring begreppet feminism. Under vissa perioder har vissa förståelser varit mer dominerande, de har stabiliserat diskursen medan andra förståelser har tryckts ut i det diskursiva fältet. Just nu skulle man kunna säga att det florerar flera olika betydelser. För att nämna några exempel: den högerpopulistiska förståelsen av feminism fylls med värden av ovetenskaplighet, att den är utpräglad politisk och innefattar en vilja att suddas ut skillnader mellan könen (Martinsson 2020). I den nyliberala feministiska förståelsen framställs å andra sidan feminismen en självklarhet, den tar stor plats medialt och används för att marknadsföra produkter som hudkräm och kaffe (Lauri och Bäckström 2019), det vill säga feminism säljer som aldrig förr. I en sådan kontext fylls feminism med en förståelse av individualitet (Oksala 2011), positivt tänkande om självet (Gill 2007, 2017) och att identifiera sig med och ”backa” andra kvinnor (se artikel 3, *”Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility”*). Vad feminism fylls med för betydelser är således inget fast utan något som varierar över tid och beroende på kontext. Dock är det viktigt att påpeka att förändring sällan kommer lättvindigt utan vissa diskurser framstår som så fasta och självklara att de verkar oföränderliga, så kallade hegemoniska diskurser.

Ideologi och hegemoni

För att visa hur Laclau och Mouffe arbetar fram sin förståelse av hegemoniska diskurser kommer jag att inleda med att beskriva en utveckling av ideologibegreppet från Marx via Gramsci och därefter gå vidare till och landa i hur jag använder en lacaniansk förståelse av ideologi för att analytiskt kunna närma mig hur feministiska subjekt snärjs in i vissa diskursers grepp. Lacaniansk ideologikritik kan ses som en variant eller utveckling av Laclau och Mouffes (2008) hegemoniförståelse av ideologi och ideologikritik (Glynos 2001).

En vardaglig förståelse av ideologi, om man till exempel vänder sig till Nationalencyklopedin, är att ordet används

allmänt i betydelsen åskådning, i synnerhet samhällsåskådning. En ideologi i denna mening utgör en någorhunda sammanhängande enhet, vilken innehåller

såväl antaganden om verklighetens beskaffenhet som värderingar och handlingsnormer.⁵

Även inom viss samhällsforskning förstås ideologi som ovan, det vill säga som samhällsåskådning eller politiska preferenser, men inom den marxistiska teoribildningen har synen på ideologi istället tolkats som de olika idéer som vissa grupper i samhället använder för att få sin syn på världen att förefalla vara den enda möjliga. Antonio Gramsci försökte genom att utveckla begreppet hegemoni förstå hur en världsuppfattning som utgår från de som är överordnade i samhället också anammas av de underordnade som lever under helt andra förhållanden. En sådan borgerlig hegemoni legitimerar rådande (ojämlika) samhällsordning genom att den får underordnade grupper att tolka världen utifrån överordnade gruppers perspektiv och därmed "acceptera" sin underordnade position (Durham och Kellner 2012: 5). Utifrån Gramscis hegemonibegrepp talar Laclau och Mouffe om en hegemonisk diskurs som en diskurs som blivit så dominerande och allomfattande att den i princip inte går att ifrågasätta utan den framstår som en sanning (Laclau och Mouffe 1985: 134–144).

Diskurser är alltså politiska eftersom att kontrollera en diskurs är att tillfälligt fixera och stänga den genom att hindra andra möjliga förståelser. I ljuset av detta är en central fråga i denna avhandling hur denna fixering går till? Ett exempel på detta, utifrån mitt material, är hur den nyliberala empowerment-diskursen har kommit att stabiliseras idag. Utifrån resultaten i artikeln *Coffee by Women: 'the duty of ethical enjoyment'* (artikel 2) är empowerment-diskursen tämligen fixerad. En diskurs som innefattar narrativ om att stärka kvinnors egenmakt genom entreprenörskap. Begreppet *systerskap* betyder i denna diskurs att stötta andra enskilda kvinnors företagande, *ansvar* kopplas ihop med att konsumera etiskt, *hållbarhet* får betydelsen att kaffeodlare ska fortsätta att odla kaffe och *emancipation* förstås som möjligheten att få starta företag. I studiens material återfinns alltså begrepp såsom systerskap, win-win, feminism, jämställdhet, ansvar, emancipation och hållbarhet. Dessa har flera olika betydelser och möjliga relationer till varandra samt återfinns i olika diskurser men fixeras just här på särskilda sätt. För att empowerment-diskursen ska stabiliseras måste ordens betydelser renodlas och bli enhetliga. Genom att renodlas och kopplas till ett privilegierat tecken inom diskursen – en *nod* – i detta exempel: entreprenörskap, så får tecknen som artikuleras inom denna diskurs vissa särskilda och mindre tvetydiga betydelser. De uppräknade orden är sammanlänkade i en ekvivalenskedja och blir därför mer eller mindre utbytbara mot varandra. Vid användandet av en viss term så blir de övriga termerna delaktiga i betydelsefixeringen eftersom meningsskapande sker relationellt, det vill säga de kopplas samman diskursivt. Begreppet artikulation innefattar den

⁵ <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/ideologi>.

meningsskapande process där vissa termer eller praktiker ges betydelse genom sin relation med andra termer och praktiker (Laclau och Mouffe 1985). När betydelsen renodlas och blir kopplad till noden, här entreprenörskap, så töms artikulationerna på alternativa förståelser, vilka förpassas till det diskursiva fältet, och denna nyliberala empowerment-diskurs kan således stabiliseras. Häri ligger en central aspekt av avhandlingens fokus: att förstå hur vissa begrepp, praktiker och sociala värden förändras eller töms på innehåll och vilka politiska implikationer detta medför.

En av skiljelinjerna när det kommer till synen på ideologi mellan marxismen och Laclau och Mouffes diskursteori är att de senare inte utgår från att människor har ett falskt medvetande och behöver se sanningen utan snarare att en viktig aspekt av "det ideologiska" handlar om tron på att det finns *en* sann diskurs om världen. Ideologikritikens uppgift blir då istället att ifrågasätta och destabilisera *hegemoniska* diskurser och visa på dess tillfälliga och kontingenta konstitution vilket därmed kan möjliggöra förändring, det vill säga andra sätt att förstå världen och tänka kring dess framtid (Laclau 1990: 111).

Diskursteorin är användbar för att kartlägga och förstå diskursernas form, utbredning och dominans, men för att förstå diskursernas *kraft* behövs något ytterligare. För att fånga det som gör att subjekt dras in och fastnar i vissa diskursers "nät" vänder jag mig till en inriktning inom diskursteori som inspirerats av psykoanalytiska teorier (Glynos och Howarth 2007: 134). Eftersom avhandlingens syfte inte bara är att visa hur människor handlar, tycker och tänker utan också förstå *varför* de fastnar i diskursernas nät så behövs analytiska verktyg som kan förklara den ideologiska kraften.

Diskursteori och psykoanalys

För att förstå vissa diskursers kraft och framförallt de affektiva element som fångar in subjekten och lyckas behålla dem i sitt grepp så använder jag mig av ett urval av Jacques Lacans psykoanalytiska idéer. Psykoanalys som sådant är ett teoretiskt fält som innefattar flera olika inriktningar, alltifrån klinisk verksamhet till politisk teori (Stavrakakis 2007, Glynos och Stavrakakis 2008). De psykoanalytiska elementen i diskursteori är ett försök att fånga de affektiva dimensionerna av diskurser för att förstå dess tröghet och hur svårförändrade sociala normer och praktiker är (Glynos 2011: 69). Med andra ord, för att inte stanna vid att beskriva diskurser utan istället ta sig an frågan om varför, så vänds fokus mot de affektiva dimensionerna av diskurserna med hjälp av fantasibegreppet.

Lacan och subjektet

I fokus för Lacans teorier står subjektet vilket bygger vidare på Sigmund Freuds idéer om det splittrade subjektet. Freud var en av de som starkast vände sig mot den västerländska upplysningsfilosofiska idén om det upplysta, tänkande och autonoma subjektet, ett subjekt som också ansågs vara ett lokus för kunskap. Freud menade att det fanns delar av det mänskliga psyket – drifter – som påverkar subjektet utan att vara direkt tillgängliga för rationellt tänkande. Dessa drifter kan förvisso tryckas undan men hotar alltid att dyka upp från det undermedvetna i form av till exempel drömmar, felsägningar eller skämt (Stavrakakis 1999). Laclau (1990) och Mouffe (1992) anammade båda en lacaniansk subjektförståelse i sina senare verk och anammade också Lacans tankar kring subjektet och sociala strukturer som konstituerat av en inneboende brist. Denna förändring kom efter Žižeks (1990) kritik av *Hegemonin och den sociala strategin* som han menade inte erbjöd någon teoretisk förklaring till "subjektet före subjektivering" (Gunnarson Payne 2012: 11).

Splittringen av subjektet uppstår enligt Lacan (1996: 28–29) i *det imaginära* vilket är stadiet i livet där det lilla barnet först söker sin identitet i bildernas värld. Det imaginära stadiet, även kallad spegelstadiet, uppkommer när barnet för första gången upptäcker sin spegelbild och kan se sig själv. Före spegelstadiet har barnet ingen uppfattning om självet utan lever enligt Lacan (Ibid.) i harmonisk symbios med modern. Spegelbilden blir något som barnet försöker identifiera sig med, men bilden är inverterad, den kommer utifrån och är ej en själv, det är en reflektion. Total identifikation med spegelbilden misslyckas varvid en alienation uppstår till det man ser (Lacan 1996: 56). Istället söker barnet sin identifikation i språket och genom att försöka bli bekräftad av personer i sin närhet. Barnet vänder sig alltså till den *symboliska ordningen* – diskursen – för att hitta sin identitet.

Eftersom språket bygger på uteslutning och att subjektet konstitueras av relationer av det som ej utgör subjektet – man är vad man inte är – kan inte heller språket helt fånga subjektet. Det finns alltid delar som väljs bort, delar som inte ryms eller kan uttryckas i språket och härvid uppstår en brist, en känsla av ofullständighet. Denna nödvändiga brist, det vill säga det av subjektet som inte ryms och "blir över", benämner Lacan som *det reala* och det finns kvar och ligger och skvalpar som en påminnelse om vår ofullständiga identitet. Bristen ger upphov till en alienation gentemot den symboliska ordningen och en känsla av förlorad njutning (jouissance) av en helhet. En återkommande känsla av att något gått förlorat ger upphov till att subjektet ständigt letar efter nya identifikationer för att känna sig helt vilket ligger till grund för olika former av begär. Med andra ord, för att försöka återfå den förlorade njutningen så söker och begär subjektet olika objekt som ska få subjektet att kännas helt igen. Begäret är dock till sin natur omätligt eftersom det inte finns någon essentiell helhet att uppnå (Lacan 1993).

Ett tydligt exempel på begärets omätlighet och begäret att överkomma bristen, inom ramarna för min studie, är konsumtion. Vi ser en vara som vi känner begär efter, ett objekt som vi bara "måste" ha, eftersom vi drivs av en underliggande känsla att om vi bara får den i vår ägo så kommer vi att känna oss lyckliga, med lacaniansk terminologi: "hela". När varan – till exempel den där feministiska t-shirten – väl blir vår, uteblir dock känslan av helhet (även om vi förstås kan känna njutning i stunden). Objektet förändrade oss inte, det gav ingen bestående lycka och då letar vi således vidare efter nya begärsobjekt och på så sätt upprätthålls både konsumtionen och begäret i en oändlig loop. Uttryckt i mer akademiska termer: subjektet försöker skyla över den konstituerande bristen genom identifikation med olika tillgängliga begärsobjekt (Stavrakakis 2011: 69). Begärsobjektet ger alltid upphov till mindre tillfredsställelse än förväntat och därför förändras eller flyr begärsobjektet när subjektet får det (Lacan 1993: 179–180). Denna logik bygger på antagandet om att subjektets brist aldrig kan tillfredsställas, subjektets brist ger upphov till ett omätligt begär.⁶

För att sammanfatta, den lacanianska förståelsen av subjektet är ett subjekt konstituerat av en brist i den symboliska ordningen utifrån språkets otillräcklighet att fånga hela vår identitet. Denna konstituerande brist ger i sin tur upphov till känslan av ofullständighet och förlorad njutning vilket producerar begär efter något som kan ge en känsla av helhet. Subjektet försöker oupphörligt överkomma bristen genom ständig identifikation med tillgängliga objekt, såsom politiska ideologier, sociala rörelser, konsumtionshandlingar och subjektpositioner. Detta ger upphov till en "symbiotisk relation mellan subjektivitet och den sociala världen" (Stavrakakis 2011: 69). Med andra ord: subjektet går inte att åtskilja från det sociala, vi formas av vår omvärld och vår omvärld formas av oss. Detta är centralt för mig för att förstå hur och varför vissa feministiska uttryck blir så begärliga men också hur feministiska subjekt konstitueras och formas i skärningspunkten mellan marknad och feminism. Ovan idéer om det splittrade subjektet, dess inneboende brist samt koppling till

⁶ Psykoanalysen som teoribildning har både omfamnats och kritiserats av feministiska forskare (se t.ex. Fraser 1990, Moi 2004). Som jag tolkar kritiken riktar den främst in sig på två teman. Det ena rör Lacans så kallade lingvistiska vändning vilket innefattar hans omarbeting av de Saussures språkteori och bygger på avskiljandet mellan praktik och kontext, att se dessa som två skilda system. En sådan invändning tycks dock missa att i framväxten av poststrukturalismen frångicks en sådan förståelse av språket (Wright 2000). Jag lutar mig därför mot Wrights (2000) läsning av Lacans senare texter i vilka han vidareutvecklat sina tankar om språkets uppbyggnad och tar itu med ovan problem. Den andra invändningen handlar om Lacans teori om könstillblivelse, *Sexuation*, som utifrån att ett fokus på fallos anses ha en deterministisk syn på kvinnors underordning, att den förstås som ett ofrånkomligt öde vilket inte tar hänsyn till kulturella eller historiska förklaringar (Fraser 1990: 88–89, se också Moi 2004 för delvis liknande kritik). Wright (2000) menar dock att kritikerna tolkar Lacan alldeles för bildligt i avseende på användandet av fallos. Hon argumenterar för att Lacans användning av fallos används för att beskriva förutsättningarna för patriarkatets verkningar, inte för att förespråka patriarkatet. Psykoanalysen kan användas för att förstå dessa mekanismer och således användas som en bas för kollektivt motstånd mot patriarkatet (Wright 2000: 11).

det sociala har i diskursteoretiska sammanhang plockats upp genom utvecklingen av bland annat fantasibegreppet.

Diskursteori och fantasi

Det är alltså subjektets konstitutiva brist som ses som drivkraften bakom dess begär att överkomma bristen, vilket i sin tur ger upphov till fantasier för att skyla över bristen (Glynos och Howarth 2007). Fantasibegreppet är centralt i min studie för att förstå vilka uttryck för social förändring som görs begripliga och åtråvärda i skärningspunkten mellan marknad och feminism. Fantasin fungerar så att den skylar över bristen hos både subjektet och diskurserna och underhåller därför löftet om helhet och harmoni (Glynos och Howarth 2007). Med andra ord kan man säga att fantasin strukturerar begäret (Glynos 2011: 72). Både historiskt och i vardagligt tal så kopplas fantasier främst ihop med det privata och omedvetna, men det lacanianska fantasibegreppet är relevant inom diskursteori för att undersöka politiska identiteter, kollektiv mobilisering och politisk vilja (Glynos 2011; Stavrakakis 2007; Glynos och Howarth 2007; Svärd 2011).

Ett viktigt ontologiskt grundantagande för studier av det politiska är den psykoanalytiska teorins insisterande på att inte premiera agens före struktur eller subjekt före samhälle (Madra 2007). Genom att istället utgå från att samhället och subjektet inte går att skilja åt öppnas möjligheter att teoretisera kopplingar mellan språk och begär liksom mellan subjektifiering och sociala fantasier (Kingsbury 2003, Healy 2010). Sådana analyser kan alltså visa på den ömsesidiga relationen mellan tillblivelsen av både subjektet och den sociala världen. Analyser av detta slag både utgår ifrån och kan visa att det omgivande samhället skapar subjektet, liksom att subjektet skapar det omgivande samhället. Detta kan också möjliggöra en annan förståelse av motstånd, eftersom ett sådant synsätt varken premierar agens eller struktur. I min studie betyder detta att jag förstår feminism som påverkad av omgivande normer och ideal men samtidigt att feminister formlar feminism och dess utveckling samt det omgivande samhället.

Från en lacaniansk horisont finns därmed inte heller någon tydlig gräns mellan subjektet och kollektivet eftersom subjekt och samhälle inte går att separera. Genom att se begär, fantasi och meningsproduktion som centrala element i vardagslivet så förstår vi att dessa också konstitueras och positioneras av subjektet. En viktig implikation av denna konceptualisering, som bidrar till fantasibegreppets användbarhet i min studie, blir förstås att fantasi, begär och meningsproduktion inte enbart är knutet till subjektet, utan konstitueras också av det sociala och att det därmed går att tala om *sociala* fantasier (Healy 2010: 497; Stavrakakis 2007: 68). En sådan förståelse av fantasibegreppet inkluderar fantasiens upprätthållande och subversiva karaktär och det som blir viktigt för mig är att belysa hur subjekten förhåller sig till de studerade fantasierna och hur

de identifierar sig med dem. Därtill kommer att analysen fokuserar på fantasiernas status, deras normerande karaktär, vilken kan hjälpa till att förstå varför förändring ibland är så svår att nå (Glynos 2001). Sociala fantasier är som ovan beskrivit inget som går att bedöma som sanna eller falska, utan kan snarare ses som ideologiska (Ibid.).

För att återkoppla till ideologibegreppet så är förståelsen av fantasibegreppet nära sammankopplat med den ideologiska sfären och således ett värdefullt teoretiskt verktyg för att förstå de krafter i diskurserna som fångar in och attraherar subjekten samt döljer dess villkorade och tillfälliga tillstånd, dess kontingens (Glynos och Howarth 2007: 134). Ett fokus på fantasi hjälper mig att förstå både lockelsen i vissa diskurser samt trögheten i och motstånd mot social förändring (Ibid.: 145). Fantasins logik bygger på att subjekten använder fantasin som ett skydd mot ovissheten och för att må bättre över både världens och sin egen beskaffenhet. Fantasin skyler över bristen både hos subjektet och dess förståelse av världen och som sådan upprätthåller fantasin (det falska) löftet om helhet och harmoni. Fantasin tillfredsställer inte begäret utan strukturerar och stimulerar begäret med sitt löfte att överkomma bristen (Glynos 2011: 72). Fantasins uppgift är alltså *inte* att "möjliggöra en flykt från verkligheten, utan att få den sociala verkligheten att fungera som en flykt från någon traumatisk, real kärna" (Žižek 2001: 54–55). Fantasin döljer faktumet att det inte går att slutgiltigt hitta sin fullständiga identitet eller en stabil mening i samhället och genom att skyla över denna brist och måla upp en bild av harmoni och helhet tycks den samtidigt finnas inom räckhåll.

Fantasins logik bygger på närvaron av den Andre, det vill säga löftet om helhet upprätthålls genom idén att om bara hindret (den Andre, en fiendefigur) undanröjs så kommer fantasin att uppnås (Glynos 2011: 72). Närvaron av den Andre bidrar på så sätt till att fantasin känns möjlig. Denna känsla av möjlighet ger subjektet en känsla av njutning genom att beskylla den Andre för sin förlorade, eller stulna njutning ("theft of enjoyment"). Subjektet produceras på detta sätt delvis av sin njutning, men njutningen konstitueras samtidigt av vad den Andre, genom sin njutning, hindrar subjektet att få (Chang och Glynos 2011: 111). Den Andre, som stulit subjektets njutning, och den som kan hållas ansvarig för subjektets belägenhet blir då också projicerad som fantasins garant (Chang och Glynos 2011: 118). För att fantasin ska vara övertygande och kunna upprätthållas så måste den därtill erbjuda erfarenheter av *partiell* uppfyllelse, annars upplevs fantasin som orimlig och onåbar och tappar så småningom sin kraft (Stavrakakis 2011: 72). I *Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjection processes* (artikel 4) tar sig ovan uttryck genom att fantasin om frihet bärs upp av en kollektiv njutning, formulerad som förlorad njutning. Husockupanterna ger uttryck för känslor av besvikelse och svek gentemot kommunen som hindrar dem från att nå sitt mål, både för hur de

har behandlats i processen kring kulturhuvudstadsåret och genom kommunens publika stöd av ett privat gitarrmuseum. Dessa känslor tolkas som att kommunen njuter på deras bekostnad. Samtidigt så blir kommunen också projicerad som fantasins garant och den som hålls ansvarig för ockupanternas situation.

Fantasier i mitt material är inget som bedöms eller analyseras utifrån om de är "sanna" eller "falsa" eller om det är bra eller dåliga fantasier utan de används istället som en ingång till att förstå begärets och njutningens struktur (Glynos 2011: 72). Detta eftersom fantasier ofta formar och stärker de handlingar och förståelser vi är en del av. Jag fokuserar min analys på subjektens hängivenhet till olika fantasier vilket kan belysa fantasiernas politiska implikationer. Denna ingång bidrar med en förståelse för dels fantasiernas ideologiska aspekt: vad är det som gör att subjektet attraheras av denna specifika fantasi? Och dels dess normativa aspekt: vad är det för ideal som fantasin understödjer (Glynos 2011: 75)? Vilka övertygelser är centrala i fantasin och finns något motstånd mot dessa övertygelser? Genom att centrera analysen kring fantasi och hur den strukturerar subjektets begär ämnar jag försöka fånga hur subjekten begripliggör vissa sociala praktiker och vilken politisk/ideologisk ordning fantasin underhåller eller utmanar. Ideologikritik från en lacaniansk horisont blir således i min studie att studera feministiska subjekts affektiva investeringar, deras hängivenhet, upptagenhet och de känslor som underhåller en viss ordning i skärningspunkten mellan marknad och feminism.

Joan Wallach Scott (2011), som använder fantasibegreppet för att undersöka identitet och hur feministisk historia kan förstås, beskriver tre olika dimensioner som jag finner användbara som en analytisk ingång till fantasier i mitt material. För det första, att se fantasin som en iscensättning av ett begär, vilket kan förstås som en känsla av att leva "som om" (Scott 2011: 49; Sjöstedt Landén 2012). Om vi tänker oss fantasin om "att göra gott" i *Coffee By Women: the 'duty of ethical enjoyment'* (artikel 2) så kan den aldrig uppnås av att köpa "rätt" kaffe, men begäret efter "att göra gott" underhålls genom ständiga försök att uppnå den. Fantasins har på så sätt en normerande natur, en slags social status som kan gå förlorad om subjektet inte strävar efter den, i analysen uttryckt som en plikt – "the duty of ethical enjoyment". För det andra döljer fantasin konflikter och motsägelser och gör det svårt att se att sociala relationer och tillstånd skulle kunna formeras på ett annat sätt, i artikel 2 uttryckt i ett döljande av koloniala maktförhållanden. För det tredje: att fantasin fungerar som ett kondenserat narrativ av den sociala kontext den skildrar (Scott 2011: 50; Sjöstedt Landén 2012). Ett exempel på denna sista dimension av fantasins användbarhet i mitt material är fantasin om feministiska företag som en plats där konkurrens inte existerar (*Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility*, artikel 3). Ett generaliserande narrativ som alla företagarna

identifierade sig med och levde efter, men som vid en analys visade på dess fantasmatiska karaktär.

Omsatt i praktiken innebär detta att för att lokalisera och identifiera fantasier i mitt empiriska material så letar jag, utöver Scotts tre utmärkande dimensioner, också efter fantasmatiska narrativ, vilket innebär att jag främst fokuserar på två utmärkande drag. För det första, att fantasmatiska narrativ ofta erbjuder en logisk helhet åt något motsägelsefullt, vilket därmed framställer det motsägelsefulla som logiskt koherent (Glynos och Howarth 2007: 147). För det andra, att fantasmatiska narrativ kan identifieras genom att de bidrar till att det motsägelsefulla motstår att bli synliggjort och avslöjat publikt (Ibid. 2007: 148). Med andra ord om fantasin ifrågasätts eller ej.

Ytterligare ett teoretiskt begrepp från Scott (2011: 46) kopplat till fantasier som jag finner analytiskt användbart är begreppet *fantasiëko* (*fantasy echo*). I *Coffee by Women: the 'duty of ethical enjoyment'* (artikel 2) används begreppet för att visa hur feministisk historia används för att dölja antagonismer i ett globalt systemskap samtidigt som den intensifierar fantasin om densamma. Ett eko, menar Scott (2011: 48) är en upprepning av historien, inte en identisk kopia av historien, utan något som likt ett eko studsar tillbaka i en lite annan form och med en lite annan mening. Genom pågående upprepningar så fungerar ett fantasiëko genom att dölja denna förändring (Scott 2011: 53). Begreppet fantasiëko hjälper mig att förstå och beskriva hur ett upprepande av feministisk historia döljer diskrepanser och samtidigt intensifierar njutningen av en viss fantasi och därmed också begäret efter den specifika fantasin.

En feministisk syn på kapitalism, ekonomi och ekonomiska subjekt

Som jag skrev inledningsvis i detta avsnitt så blev jag under avhandlingsskrivandets gång introducerad till J.K. Gibson-Grahams (se t.ex. 1996, 2006, 2008) och forskarnätverket "Community economy collectives" arbeten om "Diverse economies". Detta gav mig nya infallsvinklar på mitt sätt att förstå kapitalismen och dess verkningar. Det jag främst tar fasta på är J.K. Gibson-Grahams feministiska och poststrukturalistiska sätt att förstå ekonomi och kapitalism och uppmaningen att lära sig att se annorlunda, vilket kan sammanfattas i tre teoretiska punkter: *kapitalocentrism*, *de politiska möjligheternas ontologi* och *re-subjektifiering*. Utgångspunkten i deras arbeten är en annan syn på ekonomi än den hegemoniska. Ekonomin idag, ekonomin med stort E, är en diskursiv skapelse. Genom ett ständigt upprepande av den hegemoniska beskrivningen av ekonomin som ett stängt system byggt på postulat såsom tillgång och efterfrågan, konkurrens och ständig tillväxt har "Ekonomin" kommit att bli synonymt med den globala kapitalismen. Men, menar Gibson-

Graham (1996), genom att se "Ekonomin" som diskursivt skapad, och som sådan alltså kontingent, blir den också möjlig att förändra.

Gibson-Graham (1996) myntar begreppet *kapitalocentrism* för att beskriva den hegemoniska ekonomiska diskursen. Utifrån Luce Irigarays (1985) kritik av fallocentrism visar de hur den ekonomiska diskursen centreras kring kapitalismen (jfr. fallos), att det blir en nod som alla andra förståelser utgår ifrån, det vill säga att allt förstås genom sin relation till kapitalismen. Därmed blir det väldigt svårt att se alternativa platser och relationer. En viktig poäng som Gibson-Graham gör är att kapitalocentrismen inte bara hänger ihop med till exempel nyliberala diskurser utan också de diskurser som försöker utmana den. Alltså diskurser som kritiserar den globala kapitalismen bidrar också till dess återskapande genom att framställa den som allomfattande. Genom en sådan representation döljs andra alternativ, med ett diskursteoretiskt språk kan det beskrivas som att andra förståelser trycks ut i det diskursiva fältet, vilket medför att ordningen stabiliseras. Alltså, menar Gibson-Graham (1996), att en sådan representation försvagar motståndet och de alternativ som finns kan aldrig förstås som annat än att de på ett eller annat vis springer kapitalismens ärenden. Hur kan man då kultivera en annan typ av seende? Går det att lära sig att se annorlunda?

Utifrån Eve Kosofsky Sedgwicks (1993) arbete om hur genus, kön och sexualitet tenderar att förstärka varandra menar Gibson-Graham (1996: xxxviii) att teorier om ekonomi och samhälle förstärker varandra på liknande vis, vilket brukar centreras kring förståelsen om "kapitalistiska samhällen". De vill istället lämna en binär förståelse av kapitalismen, uppdelningen mellan kapitalism och icke-kapitalism, och istället "queera" förståelsen av kapitalismen. Med att queera kapitalismen menas att läsa texter, analyser och förståelser igen för att försöka se sådant som inte passar in, vilket kan öppna upp för att se andra möjligheter och förklaringar.

Att lära sig att "se annorlunda" hänger ihop med det Gibson-Graham (2006: xxvii) benämner som "de politiska möjligheternas ontologi". De utgångspunkter som jag främst tar med mig i mitt arbete är en omläsning av mitt material och mina tidigare resultat där jag alltså försöker läsa för att upptäcka skillnader, luckor och möjligheter istället för ett fokus på dominans. Att gå från kapitalocentrism mot ett fokus på subjekt. Utifrån ett sådant perspektiv ser jag subjekt som viktiga aktörer i samhällsekonomin eftersom de hårbärgerar möjligheter att förändra som sträcker sig bortom konsumentmakt och att handla etiskt. Mitt fokus riktas mot subjekts investeringar i olika diskurser men också mot att se möjligheter för nya investeringar och begärsriktningar som kan skapas ur en annan relation till ekonomin. Detta kan i sin tur öppna upp för nya subjektiviteter, det vill säga re-subjektivifiering.

Kanske är det ovanligt att i ett teoriavsnitt i en avhandling införa ett annorlunda perspektiv än vad de flesta inkluderade artiklarna utgår ifrån (med undantag för artikel 4). Dock har jag landat i att det bidrar till transparens kring forskningsprocessen, som ju för de allra flesta varken är förutbestämd, linjär eller konstant. En annan sak som också påverkar detta val är sammanläggningsavhandlingens format, som i sig visar på en slags process och utveckling över tid. Gibson-Grahams perspektiv har också väsentligt att bidra med i avhandlingens sista del, *Slutsatser: Feministiska fantasier*, där jag utifrån avhandlingens alla delstudier analyserar gemensamma slutsatser.

Postfeminism och populärfeminism

För att närma mig de forskningsfrågor som fokuserar på hur feministiska värden tas i bruk och hur feministiska subjekt formas så vänder jag mig till teorier om postfeminism och populärfeminism. Jag använder Sarah Banet-Weisers (2018) förståelse av populärfeminism och hennes teoretiska ramverk för att analysera populärfeministiska uttryck – *synlighetens ekonomi (economy of visibility)* – för att förstå och analysera kampen om mening kring samtida uttryck av feministiska budskap. Banet-Weisers (2018: 6) definition av populärfeminism innefattar tre olika förståelser av ordet populär. Populär såsom tillgänglighet och synlighet i media, populär som popularitet, alltså som attraktionskraft till många människor, men också populär såsom en kamp om betydelser. Populärfeminismens synlighet i media innefattar främst olika populärkulturella uttryck, men framförallt en spridning via sociala medier (Ibid. 2018: 9). Populär i betydelsen popularitet inbegriper förutom en stor attraktionskraft också en förståelse av att ju mer strålkastarljus som riktas mot populärfeminism, desto mindre ljus och uppmärksamhet riktas mot andra feministiska uttryck (Ibid. 2018:13). Den tredje betydelsen som Banet-Weiser inkluderar i sin förståelse av populärfeminismen, populär som en kamp om mening, bygger på Stuart Halls (1997 refererad i Banet-Weiser 2018: 15) idé om populärkultur som en arena för betydelsekamp, en arena där det pågår en kamp mellan samförstånd och motstånd. Den allra synligaste delen av populärfeminismen rör sig i samförståndets sfär, menar Banet-Weiser (2018: 16), ett samförstånd kring heteronormativitet, vithet och ekonomiska privilegier. Inom motståndets sfär sker en betydelsekamp där intersektionalitet, vithetsprivilegier och strukturellt våld görs synligt – men kommodifieringspraktiker där populärfeminismen ständigt renderas som ofarlig gör att populärfeminismen ständigt undviker kritik (Ibid.).

För att sätta fokus på vilken roll sociala medier spelar i skärningspunkten mellan marknad och feminism i mitt material om feministiska företagare vänder jag mig till Banet-Weisers (2018) teoretiska ramverk ”synlighetens ekonomi”. Populärfeminism materialiseras som visuell media på sociala medier såsom

Instagram och Facebook, vilka erbjuder lättillgängliga plattformar för cirkulation av dess budskap, och på så sätt blir populärfeminismen införlivad i en synlighetens ekonomi. Banet-Weiser skiljer på *synlighetens politik* och *synlighetens ekonomi*. Synlighetens politik beskriver utgångspunkten att synlighet är viktig för politiska rörelser eftersom den möjliggör social förändring. Utan synlighet är det svårt att ställa politiska krav för förändring och synlighet blir därför ett medel för att nå sitt mål (Banet-Weiser 2018: 22). I en synlighetens ekonomi däremot blir synligheten ett mål i sig (Ibid. 2018: 23). En feminism som inkorporeras i synlighetens ekonomi blir absorberad i en typ av ”feedback loop” där synligheten i sig är målet. Denna bekräftelse-loop förstärks av dess inneboende logik – ju synligare den blir, desto mer populär blir den – vilket bygger på en ekonomisk logik av ständig tillväxt.

Förståelsen av en synlighetens ekonomi är också behjälplig i att undersöka forskningsfrågan om hur förutsättningarna för feministisk mobilisering formas i skärningspunkten mellan marknad och feminism. I en kontext av digitaliserade marknader och kulturer så strider synlighetens politik om utrymmet med en ekonomisering av synligheten (Banet-Weiser 2018: 24). I synlighetens ekonomi blir feministiska praktiker och kollektiva strategier – politik – lätt absorberade i sin strävan efter synlighet som sådan. Synligheten blir då inte bäraren av politiken utan ”politiken innesluts i synligheten – synlig representation blir både starten och målet för politiken” (Banet-Weiser 2018: 23, *min översättning*).

För att urskilja och förstå vilka uttryck för social förändring som blir begripliga och åtråvärda i skärningspunkten mellan marknad och feminism liksom hur feministiska subjekt formas i denna kontext använder jag mig av Rosalind Gills (2007, 2017) förståelse av postfeminism som bärare av affektiva element. Postfeminism i Gills (2007) förståelse grundar sig på flera olika karaktäristiska drag. De mest framträdande dragen är (1) ett tydligt fokus på kroppen, (2) en förskjutning från objektifiering till subjektifiering, (3) självövervakning och självdisciplin, (4) en centrerings kring individualism, (5) valfrihet och empowerment, (6) ett make-over-paradigm och (7) återkomsten av ett fokus på könsskillnad. En viktig poäng jag tar med mig från Gill är postfeminismens relation till *både* feminism och nyliberalism. Postfeminism förstås som ett svar på feminismen men är samtidigt mer än bara en backlash då postfeminism involverar både feministiska och anti-feministiska värden och tendenser (Gill 2007). Ett exempel på hur detta tar sig i uttryck i avhandlingens material är i artikel 2, *Coffee by Women: the 'duty of ethical enjoyment'* där reklamaterialet tydligt använder sig av en empowerment-diskurs med fokus på kvinnors rätt att välja, samtidigt som de kaffeodlande kvinnorna och deras barn uppmanas att bli vid sin läst för att säkra framtidens kaffeodlare och produktionen av kaffe för en svensk marknad. Sammanflätningen mellan postfeminism och nyliberalism visar sig enligt Gill (2007) på i huvudsak tre sätt. För det första, att den starka

diskursen kring individualism har smugit sig in i förståelsen av både det sociala och det politiska (jfr. Brown 2015) tillsammans med idén om att individen inte är underkastad eller påverkas av något utanför sig själv. För det andra, det kalkylerande och självreglerande nyliberala subjektet har många likheter med det postfeministiska subjektet som framställs som aktivt, gör sina egna val och som ständigt arbetar för att optimera sig själv. Detta sammantaget visar att postfeminism inte bara är ett svar på feminismen utan också konstitueras genom nyliberala ideal. För det tredje visar sig sammanflätningen av postfeminism och nyliberalism genom en självreglering av kroppen och subjektet (Gill 2007).

När Banet-Weiser (2018: 153) sammanfattar utvecklingen och debatterna kring postfeminism så sammanfattar hon postfeminism som en ”uppsättning ideologier, strategier och praktiker” vilka formar liberalfeministiska diskurser om frihet, valfrihet och oberoende och inlemmar dem i ett system av mediaproduktion, marknadsföring och konsumtionsvaror. Hon poängterar att ”post” i denna benämning inte bara uttrycker en temporalitet, som i *efter* feminismen utan också, som även Gill (2007, 2017) menar, en slags sensibilitet: att kärnan i postfeminismen vilar på agens, valfrihet och individualism och ett motstånd mot att närma sig strukturella förklaringar till ojämställdhet och ett återskapande av fokus på kvinnors kroppar som den centrala platsen för frigörelse. Postfeminismen rör sig enligt Banet-Weiser från kollektiv mobilisering mot individualism och överger feministisk politik till förmån för nyliberal kapitalism (2018: 154). Gill (2017) menar att en postfeministisk sensibilitet innefattar psykologiska faktorer om hur subjekt ska klara sig i en nyliberal samtid där fokus ligger på självförtroende, återhämtning och vikten av att inta en positiv attityd.

Gill (2017) pekar på det paradoxala i att feminismen blivit alltmer mer synlig samtidigt som misogyni, homofobi, nationalism och rasism ökat vilket hon menar bör påverka hur vi förstår postfeminism idag. Hon argumenterar för att se samtiden som alltmer prekär och insnärjd i nyliberalismens grepp. Postfeminismens relevans ligger i dess vardaglighet och att den tas för given i en nyliberal samtid, där individen står i fokus och kvinnor uppmuntras att ta ansvar för sina egna belägenheter. Däremot är det idag svårare att se postfeminismens gränser eftersom den i allt högre grad verkar genom känslor och subjektivitet samt har ett affektivt och psykologiskt liv (Gill 2017). Genom att verka via känslor och subjektivitet har postfeminismen både intensifierats och blivit hegemonisk. Denna utveckling skapar normer kring och reglerar vilka känslor som blir begripliga. Tillsammans så utövar dessa affektiva, kulturella och psykologiska aspekter en stark kraft som reglerar och styr över kvinnors liv (Gill 2017).

Gill uppmanar till att vara noga med att särskilja mellan olika feministiska uttryck såsom företagsfeminism (jfr. Roberts 2016 om *Transnational Business*

Feminism), feministiska aktivister som arbetar mot till exempel deportation eller med den mediala identitetsfeminism som många unga kändisar uttrycker. Feminismens ökade synlighet måste också förstås i förhållande till den ökade misogynin på till exempel sociala medier. Att feminism och anti-feminism samexisterar pekar mot att post-feminismen både har en kontinuitet och förändras över tid och alltså inte enbart ersätts med något helt nytt (Gill 2016). Postfeminismen har en förmåga att förändras och muteras i förhållande till andra idéer och kritik, men en viktig poäng är att postfeminismen verkar genom en typ av förhållande av feminism och inte ett förkastande av den (Ibid.).

Centralt för postfeminismen och viktigt för att förstå hur uttryck för social förändring görs begripliga och åtråvärda är alltså hur postfeminismen handlar om känslor (Gill 2017). Gill (2017) exemplifierar detta bland annat genom samtidens fokus på självkänsla, självförtroende och kroppspositivism. Kroppen ska ständigt förbättras, bli smalare, starkare eller hälsosammare men samtidigt ska kroppen vara en källa till njutning och nöjdhet kring vem man är. Ett fokus på självförtroende re-artikulerar feminismen i både nyliberala och psykologiska termer vilka innefattar både *affektiva och psykologiska aspekter* (2017: 620) som strukturerar känslor och är uttryck för både nyliberala såväl som patriarkala strukturer (2017: 618).

Gill menar, som ovan nämnt, att postfeminism bäst förstås som en sensibilitet. Hon argumenterar för att ett sådant synsätt erbjuder något mer än att utgå från till exempel diskurs och ideologi eftersom det fokuserar mer än det språkliga och fångar affektiva element (Banet-Weiser, Gill och Rottenberg 2019). Jag argumenterar däremot för att diskursteori med psykoanalytisk inriktning är ett mer produktivt sätt att fånga de affektiva elementen i diskurser eftersom det erbjuder fler metodologiska verktyg att analysera till exempel känslor, begär och njutning. Jag tar dock med mig Gills (2017) beskrivning av postfeminismens karaktäristiska drag och hennes uppmaning att fokusera på affektiva element, att vara noga med kontexten och att försöka särskilja mellan olika typer av feministiska uttryck. Gills (2007, 2016, 2017) och Banet-Weisers (2018, 2018a) arbeten utgår från en tydlig nordamerikansk kontext och därför blir det viktigt för mig att vara noggrann med vilka skiljelinjer som uppstår analytiskt och inte ta deras utgångspunkter för givna eller låta dem dölja möjliga alternativa tolkningar. Här blir Gibson-Grahams (2006) analysstrategi kring omläsning för att se skillnader användbart, att så att säga inte enbart fokusera på likheter och dominans utan också försöka se skillnader, sprickor och alternativa förståelser i förhållande till begreppen post- och populärfeminism.

Material, forskningsprocess och etik

Avhandlingen startade i ett intresse för vad som händer i skärningspunkten mellan marknad och feminism och vilka politiska implikationer ett användande av marknadslogiker kan medföra i arbetet för social förändring. Därifrån har studien växt fram efterhand och forskningsprocessen har varit långt ifrån så linjär som den först förefaller i en skriven avhandling. Till exempel så är avhandlingens sista artikel (artikel 4), den först genomförda studien (dock ej den först färdigställda texten) och avhandlingens första artikel (artikel 1) den sist genomförda studien.

Jag visste tidigt att jag ville ta mig an skärningspunkten mellan marknad och feminism från olika arenor och med olika material, för att på så sätt fånga in en så bred bild som möjligt. Det ska också erkännas att jag efter många kurser och mycket inläsning till slut insåg att den perfekta studiedesignen inte helt plötsligt skulle uppenbara sig. Jag var helt enkelt tvungen att bara kasta mig in i studien och börja, för att sedan följa med dit studien ville och utveckla den efterhand. Forskningsdesignen växte fram efter hand, med vad som kan beskrivas som ett abduktivt förhållningssätt (Yanow och Schwartz-Shea 2006). Ibland ledde mina förehavanden mig på irrvägar för att sedan leda mig tillbaka med ny och annan förståelse, men i en ständig framåtsyftande och iterativ process mellan analys av det empiriska materialet och läsande av teori. Trots ett öppet förhållningssätt så är kunskapsprocessen ändå knuten till forskarens position och var denna startar (Schwartz-Shea och Yanov 2012) även om kunskapsprocessen aldrig är statisk utan något som hela tiden utvecklas i samspelet mellan teori och empiri. I en analytisk process har nya tankar och idéer ofta dykt upp som fått mig att söka mig vidare i teorin, och ur läsande av teori har nya analysmöjligheter och sätt att förstå empirin fötts.

Jag har hela tiden visuellt föreställt mig skärningspunkten mellan marknad och feminism som ett komplext spänningsfält. Ett spänningsfält som ger uttryck för en mängd olika problem och möjligheter som jag velat fånga in så stor del som möjligt av och beskriva, analysera och förstå från så många olika kontexter som möjligt. Utifrån denna önskan bestämde jag mig för att genomföra fyra delstudier på olika typer av material (jfr. Bowman 2009). Intervjumaterialet bidrar med ett slags perspektiv inifrån rörelsen, där informanterna delar med sig av värdefull information, men de har också kommit med tankar och beskrivningar som hjälpt mig att förstå de processer som visat sig i materialet. Bland annat så fick informanterna i sina uppföljningsintervjuer från husockupationen i artikel 4 mig att se värdet av vissa demokratiska praktiker de berättat om vid första intervjutillfället. Dessa praktiker hade jag vid en första analys bedömt som mindre viktiga. Mer specifikt handlade det om kunskapsutbyte bland

husockupanterna med alltifrån hur man hanterar verktyg såsom bormaskiner till mötesstrukturer och olika sätt att organisera sig och verka på ett inkluderande sätt. I policy- och reklamaterialet har det varit möjligt att fånga andra infallsvinklar och artikulationer i skärningspunkten mellan marknad och feminism. Genom en bred ansats och med olika typer av empiri från olika kontexter har jag inte bara kunnat fånga de normer som styr och formar feministiska subjekts beteende utan också maktens artikulationer som understödjer vissa normer på ett sätt som får dem att framstå som neutrala och rättvisa (Foucault 2007: 99).

Nationellt policymaterial (artikel 1)

Att undersöka skärningspunkten mellan marknad och feminism utifrån en mer formell maktarena kan fånga hur den formella makten artikulerar sig kring ett specifikt ämne och därför valde jag att undersöka regeringsmaterial om socialt företagande och social innovation och dess relation till artikulationer om jämställdhet. När staten satsar resurser, i form av både tid och pengar, på att lyfta ett visst område med ett visst perspektiv framför ett annat, här socialt företagande, så är de också med och skapar en förståelse för vad social förändring är och hur den bäst bör bedrivas (se t.ex. Martinsson 2009 för liknande resonemang). Som empirisk ingång valde jag ”Regeringens strategi för sociala företag – ett hållbart samhälle genom socialt företagande och social innovation” (Regeringen 2018). Detta dokument fångar hur regeringen artikulerar sig kring och vad de ämnar få ut av både företagande och sociala frågor. En strategi är också, som namnet antyder, ett strategiskt dokument som sätter upp riktningen mot önskvärda mål. ”Regeringens strategi för sociala företag” är ett dokument som i sin utformning beskriver de stora dragen, det vill säga de strategiska målen för regeringens förhållningssätt till sociala företag och sociala innovationer och i mångt och mycket även till social förändring. Däremot berättar strategin ingenting om vad som ligger till grund för dess tillkomst, alltså varför regeringen ansett det viktigt att utforma en sådan strategi. För att förstå denna bakgrund och hur strategin tillkommit så kontaktade jag ansvarigt departement i frågan, Näringsdepartementet, via e-post och fick på så sätt ytterligare material skickat till mig. Detta material omfattar 1) en intervju om strategin i Dagens Nyheter med näringsminister Mikael Damberg (DN 2018). 2) En nyhetsartikel från Regeringswebbplats om ett möte där sociala företag diskuterades mellan näringsministern och dåvarande arbetsmarknadsminister Ylva Johansson. Detta möte kom att bli startskottet för strategin enligt kontaktpersonen på Näringsdepartementet. 3) En webblänk till en konferensdag om social innovation, ”Mötesplats Social innovation” (Mötesplats Social innovation 2020), innehållande

videopresentationer med konferensbidrag, vilka enligt mejlkorrespondensen⁷ med Näringsdepartementet motsvarar ”hur regeringen såg och ser på arbetet” med sociala företag. Strategin tillsammans med detta material gav mig ett brett underlag för hur regeringen artikulerar sig kring sociala företag, social innovation och social förändring. Eftersom att jag också ville fånga hur artikuleringar om socialt företagande och social innovation begripliggjordes med hjälp av jämställdhet och omsattes i praktiken inkluderade jag även webbmaterial från Vinnova. Vinnova är Sveriges innovationsmyndighet och en av två myndigheter som ansvarar, via regeringsuppdrag, för ovan nämnda strategis genomförande. I detta material blev ett jämställdhetsfokus särskilt framträdande då Vinnova själva har starka formuleringar kring jämställdhetens betydelse för att möta framtida sociala utmaningar. För att kunna fokusera på och fånga artikuleringar kring jämställdhetens betydelse för social förändring i praktiken inkluderade jag även projektbeskrivningar (31 stycken) från beviljade projekt vilka härrörde från Vinnovas tre utlysningar om medel kopplade till strategin. Projektbeskrivningarna är författade av projektägarna själva och beskriver på cirka en A4-sida syfte och mål med projektet. Projektbeskrivningarna berikade analysen med en förståelse av både hur de beviljade projekten formulerade sig kring social förändring och jämställdhet utifrån sin verksamhet men också, skulle jag vilja påstå, utifrån färdiga skript om hur man ”bör” formulera sig i dessa frågor. Dessa kunde således fånga hur statens artikuleringar normerar projektens språk och beteenden (Foucault 2007: 99). Sammantaget så spände analysen av regeringsdiskursen över tre olika nivåer och kunde fånga regeringens strategiska mål och artikuleringar, Vinnovas tolkning av målen och utlysningar samt hur de beviljade projekten tolkade och artikulerade socialt företagande och jämställdhet.

Reklammaterial (artikel 2)

För att undersöka skärningspunkten mellan marknad och feminism i en företagskontext valde jag att studera reklammaterial. Reklam kan ses som både en manifestation och ett upprätthållande av rådande ordning. På så vis har reklam en betydande roll genom att skapa normer, identiteter och beteenden i ett kapitalistiskt system (Žižek 1989). Genom att försöka tyda och skapa mening av reklam blir vi som konsumenter indragna i reklamens meningssystem, vilket oundvikligen formar oss som subjekt (Williamson 1978). Den valda reklamen bestod av det svenska kaffeföretaget Zoégas reklamkampanj ”Coffee by Women”. Att valet föll på denna reklam beror på flera saker. Eftersom avhandlingen fokuserar på en svensk kontext ville jag undersöka reklam som producerats för en svensk publik och som nyttjar någon form av feministiska värden. Reklamkampanjmaterialet bestod av webbmaterial från Zoégas om deras

⁷ Moa Eklund, Departementssekreterare, Näringsdepartementet, Enheten för entreprenörskap och innovation, mejlkonversation, 2020-02-07.

Corporate Social Responsibility (CSR)-arbete kring ”Coffee by Women” vilket förutom text och bilder också inkluderade intervjuer med kaffeodlare gjorda av svenska livsstilsbloggare samt en musikvideo (på Youtube) med den svenska feministiska 70-talsgruppen Röda böners sång ”Vi måste höja våra röster” översatt till swahili och framförd av den kenyanska sångerskan Alicios Theluji. Tillsammans bildade det ett rikt men samtidigt avgränsat material. I musikvideon framträdde en feministisk estetik, intervjuerna kunde fånga en fantasi om ett globalt systemskap och i webtexterna framträdde en tydlig utvecklingsdiskurs och sammantaget kunde materialet visa på hur dessa olika artikulationer samspelade och förstärkte varandra.

Intervjuer (artikel 3 och 4)

Intervjuer omfattar en betydande del av avhandlingens empiriska material. Totalt har 15 informanter bidragit till två olika delstudier. Till artikel 3, *Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility*, genomfördes 10 intervjuer med feministiska företagare och till artikel 4, *Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjectification processes* intervjuades fem personer vid två olika tillfällen, totalt alltså 10 intervjuer.

Jag ville försöka förstå hur feminister som startar företag för att ”göra feminism” begripliggör sitt företagande och dess förhållande till feminism. För att fånga detta valde jag att intervjua självdefinierade feminister som startat ett företag de själva benämnde som feministiskt. Intervjuer kändes som det självklara valet för att förstå hur informanterna resonerade och gav mening åt sitt företagande och sin feminism. Intervjuer, till skillnad från att till exempel bara använda företagets webbsidor och presentation, gav mig chansen att ställa följdfrågor och be om exempel vilket berikade och nyanserade min förståelse av feministiska företagare. För att hitta informanter till studien började jag mitt letande i sociala medier eftersom det är den arena där de många feministiska företagen profilerar sig. Då jag intresserar mig för konsumtionsbegär var ett kriterium feministiska företagare som sålde en fysisk produkt, till skillnad från till exempel feministiska företagare som säljer sin kunskap (t.ex. jämställdhetskonsulter). Framförallt utgick jag från ett Instagramkonto som samlade olika feministiska företagare som överensstämde med ovan nämnda kriterium. Efter att ha bekantat mig med företagets kanaler i sociala medier samt eventuell webbsida så kontaktade jag ansvarig person för företaget antingen via e-post eller direktmeddelande på Instagram. Jag beskrev mitt ärende och studiens syfte och bad om att få intervjua dem. Många tackade ja direkt, andra ville veta mer om studien eller få se frågorna på förhand. En vanlig invändning var att just deras företag var så litet eller att de betraktade det mer som en hobby och att jag därför kanske borde intervjua någon annan. Då jag förklarar att jag ändå var intresserad av deras erfarenheter tackade de ja. Endast ett par stycken av de jag kontaktade nekade på grund av tidsbrist.

Jag avslutade varje intervju med att fråga om tips på andra möjliga informanter, så kallat snöbollsurval (Rubin och Rubin 2005).

Informanterna var mellan 20 och 40 år gamla och flera drev sitt företag vid sidan av studier eller annat avlönat jobb, tre hade det som sin huvudsyssla och två av dessa hade anställda. De två första intervjuerna gjordes ansikte mot ansikte på en plats vald av informanten och resterande åtta skedde över telefon på informanternas begäran. Vid en telefonintervju förloras å ena sidan ett möte som kan få informanten att känna sig mer trygg och bekväm med intervjusituationen, och ett tillfälle att få "se" informanten och på så vis kunna tolka kroppsspråk, men å andra sidan kan en telefonintervju ibland vara enda sättet att få möjlighet till en intervju (Ritchie *et al.* 2014; Rubin och Rubin 2005). Att inkludera fyra olika typer av material i fyra olika delstudier under avhandlingsskrivandet har varit tidskrävande så det var också en kompromiss jag tyckte var rimlig. Intervjuns längd kan ge en indikation på hur lätt samtalet flyter och på dynamiken mellan intervjuare och informant. Utifrån en sådan jämförelse så var det ingen större skillnad mellan de intervjuer som genomfördes ansikte mot ansikte och de som genomfördes via telefon. Det, tillsammans med mitt eget intryck, ger i alla fall en indikation om att telefonintervjuernas material inte kan upplevas som mindre rikt. Intervjuernas längd varierade mellan cirka 35 minuter upp till 1,5 timme. För att kunna hålla mina informanter och deras företag så konfidentiella som möjligt valde jag att inte explicit skriva ut vilken specifik vara just deras företag sålde. Feministiska företagare är en relativt liten bransch och vissa av informanterna säljer mycket specifika varor vilka lätt skulle göra dem igenkända.

Intervjun centrerades kring några på förhand specificerade teman. Jag utgick alltså inte från ett traditionellt frågeformulär utan under intervjun ställde jag frågor som centrerades kring teman om varför de startade företag, deras drömmar och mål med företaget, om deras feministiska engagemang, om deras syn på social förändring, om företagsetik, hat och hot, samt om konkurrens.

Innan intervjuerna hade jag som ovan nämnt ägnat mycket tid åt att undersöka deras konton i sociala medier samt deras webbsidor för att få en bild av deras företag och hur de själva valde att presentera det, men också för att få en bild av företagets "community" (som några av dem kallade det) i sociala medier samt deras dialog med sina följare. Detta för att skapa mig en bild av deras verksamhet och denna kunskap blev också en del av min förförståelse. Denna förförståelse gjorde mig också uppmärksam på att flera av de feministiska företagen följde varandra i sociala medier och kommenterade varandras inlägg i positiva ordalag samt att de ibland också delade varandras bilder.

En sak som jag ibland hade svårt att förhålla mig till var att det kändes som att de flesta informanterna var övertygade om att jag överlag var positiv till feministiskt

företagande, kanske för att jag kom från ämnet genusvetenskap och förväntades "stötta" all feministisk verksamhet (Duncombe och Jessop 2002). Å andra sidan kunde det ibland kännas som min genusvetenskapliga persona hindrade de feministiska företagarna från att "prata fritt" och jag fick en känsla av att de var noga med att hitta rätt ord och att uttrycka sig "korrekt" (Broom, Hand och Tovey 2009; Mazzei och O'Brien 2009). Jag hade dock i presentationen av mitt avhandlingsarbete och av den specifika delstudien som jag skickat till dem varit, i mitt tycke, tydlig med att jag hade en kritisk ingång. En insikt jag fick i själva skrivandet av analysen och delstudien var att det ibland är känsligt att "kritiskt granska" feministisk verksamhet. Min utgångspunkt är att "mer feminism" i grunden är något bra, men det betyder inte att den inte går att kritiskt analysera, eller att man bör avstå från att göra det. Tilläggas bör att vissa av informanterna själva lyfte fram problem med konsumtion som sådan och ibland också feministisk konsumtion, dock var deras kritik främst riktad mot större företag och kedjor vilka, som några av informanterna uttryckte det, utnyttjar feminismen enbart för att tjäna pengar.

Intervjuer valdes, som ovan nämnt, också som huvudsakligt material till artikel 4, *Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjectification processes*. I denna delstudie ville jag undersöka skärningspunkten mellan feminism och marknad utifrån en ingång via aktivisternas berättelser och förståelse. Målet var att förstå hur aktivister som vill bedriva social förändring "utanför marknaden", mer specifikt genom en husockupation för ett fritt kulturhus, begripliggjorde engagemang och motstånd men också hur en sådan process formar aktivisterna. Även här bedömde jag att intervjuer gav det bästa materialet för att undersöka hur feministisk subjektivitet (om)formas i en sådan process. Vid ett öppet möte, som jag på förhand hade bett om lov att få delta i, anordnat av husockupanterna, presenterade jag mitt projekt och frågade om de kunde tänka sig att intervjuas och fem aktivister svarade ja. Intervjufrågorna centrerades tematiskt kring deras erfarenheter och svårigheter samt kring engagemang och motstånd. För att fånga subjektifieringsprocesser över tid intervjuades de fem informanterna igen två år senare i en uppföljningsintervju, denna gång via e-post eller telefon, utifrån informantens önskan. Dessa uppföljningsintervjuer berikade mitt material och min analys. Informanterna kunde i de senare intervjuerna se tillbaka på processen med andra ögon och verbalisera andra saker än när de var mitt uppe i den, vilket gav mig en bättre förståelse för den kollektiva självblivelsen. Uppföljningsintervjuerna berikade också min analys genom att informanterna pekade mig mot praktiker och händelser i de första intervjuerna som jag vid en första analys sett som oviktiga, men som i ljuset av uppföljningsintervjuerna framträdde som väsentliga, till exempel vikten av de demokratiska processerna och kollektivt lärande.

Mer om forskningsprocessen och etiska val

Innan jag genomförde intervjuerna med husockupanterna hade jag en bild av att feminism skulle vara en central del av deras arbete så följaktligen ställde jag frågor om detta. Jag hade någonstans förväntat mig att bland dessa aktivister med sikte på fri kultur, verkandes i en stad med feministiska traditioner, så skulle feministisk politik eller praktiker vara framträdande. Dock inte sagt att det var tyst om detta under intervjuerna, tvärtom, aktivisterna berättade om olika feministiska praktiker som användes för att få organisationen att verka i jämställd inriktning. Till exempel var de noga med varannan damernas när aktivisterna blev intervjuade i media och i val av mötesordförande. Dessa praktiker hamnade emellertid aldrig i fokus i aktivisternas berättelser och de lade vikten vid andra saker än jag förutsatt. Utifrån detta fick jag omvärdera några av mina frågor och delvis också inriktningen på denna studie. Efter ett första utkast så lät jag artikeln ligga i skrivbordslådan ett tag, den tycktes aldrig finna sin form. Ett dilemma jag stod inför var huruvida det är etiskt att använda psykoanalytiska teorier i ett empiriskt material som består av intervjuer med fem personer. Det tog nästan två år innan jag återvände med nya tankar och ett delvis nytt teoretiskt ramverk utifrån Gibson-Graham (1996, 2006) och genomförde intervjuomgång två. Artikeln fick en mer prövande ingång där fokus låg på möjligheter, kollektiva strategier och en analys av kollektiva subjekt snarare än en analys på individnivå.

Ett annat etiskt val jag gjort i arbetet med avhandlingen var att välja bort att intervjua enskilda feminister i egenskap av att de enbart benämner sig som feminister. Ett tag hade jag idén att jag ville intervjua feminister som konsumerar feministiska varor eftersom jag ville veta mer om deras konsumtionsbegär. Jag landade till slut i att det inte kändes etiskt att intervjua enskilda individer om dessa frågor, utan valde istället att intervjua feministiska företagare i deras roll som företagare och fokusera på aktivister som kollektiv eller som representanter för en rörelse.

Jag har inte begärt etikprövning för mina intervjuer. Jag har inte funnit detta nödvändigt eftersom jag intresserar mig för informanterna som företagare (artikel 3) snarare än som individer och analyserar informanternas utsagor som ett kollektiv snarare än som enskilda aktivister (artikel 4). Att välja bort en etisk prövning betyder dock inte att jag valt bort ett etiskt förhållningssätt i min studie. Jag har utgått från de etiska förhållningsregler som stipuleras av Vetenskapsrådet (2002). Detta har inneburit att jag alltid varit öppen med vad studien handlar om, berättat om hur jag ska göra för att sträva efter anonymitet och konfidentialitet och lyft fram att de kan avbryta sin medverkan när som helst, även efter intervjun genomförts. Jag har också erbjudit informanterna att ta del av intervjuutskriften för att kunna förtydliga, ändra eller ta tillbaka en utsaga. Bara en informant önskade ta del av den transkriberade intervjun och hade inga

invändningar. När artikel 4 ändrade inriktning tog jag kontakt med de intervjuade och förklarade detta och sökte nytt samtycke för att använda deras utsagor. I samband med detta tackade alla informanter ja till en uppföljningsintervju. Jag har också medvetet valt bort vissa berättelser ur intervjuerna, vilka hade kunnat berika mitt material, för att dessa skulle kunna peka ut mina informanter. Jag skulle vilja hävda att etikarbetet varit ett ständigt pågående arbete och en balansgång mellan etiska och forskningsmässiga ideal, mellan nytta och skada och ett etiskt arbete i praktiken grundat i reflexiva val (Guillemin och Gillam 2004).

Analysarbetet i praktiken

Som jag beskrev i inledningen till detta avsnitt så har avhandlingen växt fram med ett abduktivt förhållningssätt och som en iterativ process mellan teori och empiri. För att vara mer specifik så kommer nedan en mer ingående beskrivning av hur analysarbetet har gått till i praktiken. Dock blir denna beskrivning en generell beskrivning då analysarbetet skiljer sig åt beroende på vilken empiri som används, för mer specifika detaljer för varje artikel hänvisar jag den intresserade läsaren till artiklarnas metodavsnitt.

Analysarbetet tog sin början i insamlandet av empiri. Här skedde det första valet och bortvalet av material och samtidigt så började analytiska tankar att formas redan under till exempel en intervju och sedan än mer under transkriberingen. I denna beskrivning behandlar jag all empiri som analyserbar text vare sig det är transkriberade intervjuer, reklammaterial, regeringsdokument eller projektbeskrivningar. Textmaterialet lästes efter insamlingen igenom ett par gånger för att jag skulle kunna bilda mig en uppfattning om dess innehåll. Efter det gick jag tillbaka till studiens forskningsfrågor och specifika metod så att jag kunde fokusera mer ingående på vissa karakteristiska. I artikel 2 och 3 letade jag specifikt efter fantasmatiska narrativ med ett fokus på motstridigheter som presenterades som självklara samt efter sådant som togs för givet. I artikel 4 hade jag ett mer explorativt förhållningssätt utifrån Gibson-Grahams (2006) "möjligheternas ontologi" där jag utöver att jag sökte efter fantasmatiska narrativ också letade efter subjektens förhandlingar och sätt att navigera maktens verkningar. I artikel 1 letade jag, utifrån Bacchis (1999, 2009) frågor i "What's the problem represented to be?", efter presenterade lösningar. Därefter byggde jag upp en förståelse för vad som framstod som det underliggande problemet i materialet. Efter att materialet studerats utifrån dess metodologiska frågor utkristalliserades ett antal teman. Varje tema bearbetades sedan i en växelverkan mellan teoretisk läsning och utifrån delstudiens forskningsfrågor, för att till slut landa i dess slutgiltiga form. Slutsatser har sedan dragits utifrån ett arbete med att samlat förstå de olika temans huvudpoänger i relation till vald teori. Delstudiernas teman och slutsatser har sedan även kommit att ändras utifrån de

valda tidskrifternas granskningsprocesser där värdefulla kommentarer kring både teori och metod från granskarna har format analyserna. När det kommer till analysarbetet i kappan så har de olika delstudiernas slutsatser studerats utifrån avhandlingens syfte och frågeställningar där övergripande slutsatsteman utkristalliserats.

Sammanfattning av artiklarna

Artikel 1: The discourse of social innovation and gender equality

Lauri, Johanna (2021). The discourse of social innovation and gender equality, *Prometheus*, 37:1, March 2021, *Forthcoming*.

I denna artikel studeras skärningspunkten mellan marknad och feminism i regeringens och myndighetens Vinnovas utsagor om socialt företagande och sociala innovationer. Den svenska regeringen benämner sig själva som en feministisk regering (Regeringen 2019) och som världens mest jämställda land (Regeringen 2000) vilket både inkorporerats i svenskarnas självbild (Townsend 2002) och i synen på svenskar utomlands (Svenska institutet 2012). Sverige med den svenska välfärdsmodellen har ett rykte om sig att vara en stark, socialdemokratisk och kvinnovänlig stat (Sainsbury 1996; Hobson 2006) som tar hand om sina medborgare (Andersson 2009; Wennemo 2014). Även om en sådan förståelse om Sverige fortsatt existerar så har den också kommit att utmanas av ett tal om "den nya svenska modellen" (DN 2018) som artikulerar entreprenörskap och social innovation som lösningen på sociala utmaningar och problem. Regeringens förespråkande av entreprenörskap och innovation kan ses på flera olika fronter. 2001 bildades innovationsmyndigheten Vinnova och flertalet utredningar på området har genomförts, bland annat *Att tänka nytt för att göra nytta: om perspektivskiftet i offentlig verksamhet: slutbetänkande* (Innovationsrådet 2013). Ideal om innovation finns också i den svenska läroplanen där det finns uttryckliga skrivningar kring att elever bör formas till att omfamna entreprenöriella ideal (Lindster Norberg 2016). I senare regeringsdokument har istället *social innovation* målats upp som svaret på bland annat de sociala utmaningarna som är specificerade i Agenda 2030 (Regeringen 2018) och enligt Vinnova är jämställdhet en nyckelfaktor för att lösa dessa (Vinnova 2020). Sådana artikulationer formar en diskurs där social innovation och jämställdhet länkas samman och ges en central roll för att lösa en rad olika problem. Diskursen om social innovation är intressant då den inkorporerar både en osviktig framtidstro samt en aspekt av att göra gott. I "*Regeringens strategi för sociala företag – ett hållbart samhälle genom socialt företagande och social innovation*" (Regeringen 2018) framställs sociala företag som en ovärderlig resurs för att möta sociala utmaningar och sociala entreprenörer beskrivs som att de både erbjuder nya lösningar på svåra problem och innehar en stark drivkraft att göra samhället bättre.

En utgångspunkt i artikeln är att regeringen utgör en aktör som spelar en avgörande roll för att forma diskurser och artikelns syfte är att analysera den

svenska regeringsdiskursen om social innovation med särskilt fokus på hur jämställdhet formuleras, används och förstås.

De empiriska materialen som undersöks ger en bred bild av den svenska regeringsdiskursen om social innovation och hur jämställdhet artikuleras och formas i diskursen. Min empiriska ingång sker via *”Regeringens strategi för sociala företag – ett hållbart samhälle genom socialt företagande och social innovation”* (Regeringen 2018). Materialet består också av mediematerial som rör strategins bakgrund tillhandahållet från regeringen samt texter från Vinnovas webbsida. Materialet från Vinnova inkluderar texter om sociala innovationer och jämställdhet samt tre specifika utlysningar om medel kopplade till strategin. Utöver detta material inkluderas också projektbeskrivningar (författade av projektägarna) av de beviljade projekten till ovan nämnda utlysningar, vilket bidrar med en förståelse för hur jämställdhet och social innovation förstås och omsätts i de beviljade projekten.

Analysen genomsyras av en diskursteoretisk förståelse och inspireras metodologiskt av Carol Bacchis (1999, 2009) poststrukturella metod för policyanalys *”What’s the problem represented to be?”* (WPR). En sådan ingång medför ett ifrågasättande av förståelsen av en policy där policyns främsta mål är att lösa *”existerande”* problem. Istället förstås policyns snarare som en form av styrning genom definierande och formerande av sätt att förstå problem och alltså som delaktiga i att producera problem. Med WPR undersöks vilka antaganden policyn vilar på, vad som tas för givet och hur det påverkar diskursen. De av Bacchis frågor som jag tagit fasta på i analysen i denna artikel är: Hur representeras problemet? Vilka förutfattade eller underliggande förståelser bygger problemrepresentationen på? Vad lämnas oproblematiserat i denna problemrepresentation? Var finns tystnader?

Analysen visar att sociala entreprenörer och sociala innovationer presenteras i olika regeringsdokument och i media som den optimala lösningen på en rad olika samhällsutmaningar och sociala problem, samtidigt som jämställdhet artikuleras som en nyckel för att lösa de utmaningar som samhället står inför. Jag argumenterar för att detta bidrar till att forma diskursen om social förändring, det vill säga vad den dominerande idén om vad social förändring är och vem som är bäst lämpad att driva den. Regeringens artikulationer om social innovation producerar en förståelse av företag som ägande en stark drivkraft för social förändring och på samma gång skapas implicit en förståelse av en brist på en sådan drivkraft inom den offentliga sektorn. Utifrån denna logik hamnar ansvaret för social förändring på företag istället för på det offentliga. Analysen visar också att jämställdhet och social förändring begripliggörs genom en ekonomisk logik vilken jämför social förändring med att driva företag och jämställdhet med att tjäna pengar.

Artikelns viktigaste bidrag är att visa hur regeringen bidrar till att etablera en diskurs där företag är de som vi kan förvänta oss både kan och vill skapa social förändring. Samtidigt undermineras och krymps utrymmet för det offentliga. Med andra ord bidrar regeringen till att skapa en förståelse av social förändring och altruistiska värden, som något som kopplas till företagande.

Artikel 2: Coffee by women: the ‘duty of ethical enjoyment’

Johanna Lauri & Hanna Bäckström (2019). Coffee by women: the ‘duty of ethical enjoyment’, *Cultural Studies*, 33:5, 866–887.

I artikel 2 studeras skärningspunkten mellan marknad och feminism utifrån ett intresse för när företag gör feminism. Mer specifikt fokuseras det på den samtida trenden att nyttja feministiska värden i marknadsföring av etisk konsumtion. I artikeln analyseras reklamkampanjen ”Coffee by Women” av kaffeföretaget Zoégas utifrån ett psykoanalytiskt inspirerat diskursteoretiskt perspektiv. Reklamkampanjen är uppbyggd kring Zoégas arbete med att, som de själva skriver, utbilda och säkra framtidens kaffeproducenter och inkluderar webbmaterial, Youtube-filmer samt en musikvideo. Reklamaterialet gör anspråk på värden rörande utbildning, hållbarhet, lönsamhet, jämställdhet och jämlikhet vilka alla sägs vara viktiga i kampen för att säkra framtidens kaffe.

Kampanjen målar upp ett hot om sviktande kaffeproduktion samtidigt som den genom att anspela på hållbarhet och att stärka kvinnors egenmakt erbjuder en lösning. Genom uppmaningen att köpa Zoégas kaffe blir konsumenten en del av en win-win-lösning genom att både stärka andra kvinnor och säkra sin egen njutning av gott kaffe i framtiden. Kopplingen mellan stärkandet av andra kvinnor och etisk konsumtion är utgångspunkten i denna artikel vilket möjliggör en analys av de affektiva dimensionerna av feminismens nyliberalisering (Rottenberg 2013) och etisk konsumtion. Etisk konsumtion är en snabbt växande marknadsnisch inom vilken ett ökande antal varumärken marknadsför sig genom värden kopplade till socialt ansvar, hållbarhet och att ”göra gott”. I artikeln undersöker vi innebörden och möjliga konsekvenser av den symboliska skärningspunkten mellan feminism, etik och konsumtion genom att analysera hur föreställningar om etisk konsumtion, social förändring och kvinnors emancipation konstrueras och används av Zoégas i kampanjen. I synnerhet intresserar vi oss för hur Zoégas genom kampanjen producerar olika former av begär hos konsumenterna, vilken bild företaget försöker sälja och hur ett behov av dessa (symboliska) varor skapas, upprätthålls och förstärks.

Artikeln syfte är tudelat. För det första är det att kritiskt granska Zoégas’ artikuleringar om sina produkter och sin produktion för att förstå de krafter som gör det möjligt att sammanföra feminism, etik och konsumtion. För det andra

diskuterar vi de politiska konsekvenserna av denna specifika sammanslagning av marknadsföring och etisk-politiska värden. Vilken typ av handlingar och vilken typ av social förändring blir begriplig och önskvärd när du kan "göra skillnad" genom att dricka kaffe?

I artikeln används diskursteori med psykoanalytisk inriktning, med teoretiska begrepp såsom fantasi, begär och njutning, för att förstå reklamkampanjens verkningar. Genom att måla upp ett diffust hot om en framtida kaffebrist motiveras kunden att köpa kaffe för att säkra och utbilda framtidens kaffebönder och samtidigt stärka kvinnor i det "Globala syd", en så kallad win-win-situation som stärks av en sammanflätning av utvecklings-, empowerment- och "göra gott"-diskurser. Detta underbyggs av en kolonial fantasi om ett globalt systemskap där kvinnor över hela världen antas dela samma intressen. Samtidigt döljer denna fantasi effektivt politiska konflikter såsom den globala handelns villkor och klimatförändringars påverkan på odlingsförhållanden. Genom att kommodifiera feministiska värden och feministisk estetik hjälper fantasin till att omdirigera ett begär efter social förändring till konsumtion. Konsumtion blir således till en njutningsfull lösning som bortser från vidare ansvar.

Artikeln visar att etisk reklam, såsom Zoégas "Coffee by Women", stärker ett socialt kontrakt som bygger på en skyldighet av etiskt njutande, ett njutande som innehåller komponenter av både förbud och lust och på så sätt blir det logiskt att se ökad konsumtion som lösningen på problemen med dagens konsumtion. Artikeln visar också hur diskursen kring etisk konsumtion riskerar att omformulera förståelsen av feminism, social förändring och att "göra gott", när dessa kopplas ihop med konsumtion och individuella val.

Artikel 3: Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility

Lauri, Johanna (2021). *Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility*, Accepted for publication in: *NORA – Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 210112, *forthcoming*.

I artikel 3 fokuseras skärningspunkten mellan marknad och feminism utifrån ett intresse för när feminister vänder sig mot marknaden. Varor med feministiskt tema syns inte minst på sociala medier, en plattform som också har spelat stor roll för feministiska varors synlighet och tillgänglighet för en bredare publik (Banet-Weiser 2012). Det som intresserar mig i denna artikel är feministers vändning mot marknaden och varför feminism och företagande verkar kunna kombineras på ett så enkelt och naturligt sätt. Mer specifikt undersöks när feminister startar och driver företag i syfte att göra feminism, alltså som en aktivistisk handling.

Denna studie bygger på intervjuer med tio självdefinierade feminister som driver företag där de säljer feministiska varor såsom t-shirts, tröjor, tygväschor, prints och smycken med feministiska symboler eller förtecken. Mitt intresse för detta bottnar i en nyfikenhet att förstå varför och hur marknaden har blivit en arena för att göra feminism och hur detta formar den feministiska diskursen. Artikelns syfte är att genom intervjuer med feministiska företagare undersöka hur och varför marknaden blivit en arena för att göra feminism och vad detta säger om samtida feminism. I artikeln ställer jag frågor såsom: Varför ser feministiska företagare företagande som en bra strategi för feministisk handling? Hur använder de marknaden som en arena för feminism? Vilken roll spelar sociala medier i mötet mellan feminism och företagande? Vilka feministiska subjekt produceras i mötet mellan feminism och företagande?

Eftersom jag fokuserar på hur och varför feminister väljer marknaden för sin aktivism använder jag teorier om post- och populärfeminism tillsammans med psykoanalytiskt inspirerad diskursteori. Post- och populärfeministiska teorier hjälper mig att, bland annat med begreppet "synlighetens ekonomi" (Banet-Weiser 2018), beskriva och förstå hur populärfeminism cirkulerar och förstärks på sociala medier. Den psykoanalytiskt inspirerade diskursteorin hjälper mig med begrepp såsom fantasi, njutning och begär att förstå varför en dragnig till marknaden kan uppstå och hur den kan behålla sitt grepp.

Analysen visar att feministiska värden och paroller omförhandlas på en rad olika sätt. Feminism som sådan artikuleras i denna kontext i termer av ägandeskap och att inspirera andra kvinnor att starta företag. Systerskap omförhandlas till att handla om att ge och få råd och hjälp kring företagande av andra företagande kvinnor. Den konkurrens som uppstår mellan feministiska företag förstås av de intervjuade främst som något positivt, då ökad konkurrens uppfattas som att det startas fler företag och att det således sker en utvidgning av det feministiska systemskapet. Att göra vinst på sitt feministiska engagemang inkorporeras i den feministiska diskursen om lika lön. En slutsats är att företagsfeminismen producerar ett individuellt, entreprenöriellt subjekt som inte utmanar varken ekonomiska strukturer eller ägandeskapsförhållanden. Däremot så skapas ett kollektivt företagsarterskap mellan ägarna av feministiska företag där de hjälper och stöttar varandra i drivandet av sina företag. Att bedriva aktivism i företagsform omformulerar feministiska värden och påverkar vad som uppfattas som möjligt och vad som blir eftersträvsvärt. Synligheten och räckvidden för feminism ökar i och med exponeringen i sociala medier för dessa företag men dock på bekostnad av radikalitet och möjligheten att formulera konflikter mellan motsatta intressen och subjektspositioner.

Artikel 4: Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjectification processes

Lauri, Johanna (2019). Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjectification processes. *Subjectivity* 12, 154–170 (2019).

I avhandlingens sista artikel undersöker jag hur aktivism och begär efter social förändring upplevs och formas genom en husockupation. Artikeln är också en explorativ studie där jag undersöker vad J.K. Gibson-Grahams (1996, 2006) "ontology of possibility" tillsammans med psykoanalytiskt inspirerad diskursteori kan bidra med i avseende på förståelsen av hur politisk subjektivitet kan transformeras under en politisk process.

Sommaren 2014 ockuperades ett övergivet lokstall i Umeå med målet att skapa ett fritt kulturhus öppet för alla. Husockupationen pågick framtill hösten 2016 då ockupanterna gav upp och lämnade huset efter många försök att gå kommunen tillmötes i hopp om att få köpa huset. Ockupationen skedde i en tid då Umeå var valt till Europas kulturhuvudstad vilket innebar att kommunen satsat en betydande summa offentliga medel på kultureller arrangemang. Kritik hade dock riktats mot kommunen för att de underminerade den lokala kulturen till förmån för en kultur riktad till de bemedlade och för uppförandet av ett dyrt kulturhus i samarbete med ett privat fastighetsbolag.

Genom intervjuer med husockupanterna, en gång under pågående ockupation och sedan en uppföljningsintervju två år efter avslutad ockupation, närmar jag mig en förståelse för hur J.K. Gibson-Grahams teoretiska och metodologiska ramverk tillsammans med utvalda psykoanalytiska begrepp kan fånga olika öppningar, eller tillfällen där subjekten har möjlighet att omformas – tillfällen som i tidigare studier ofta förbisetts. I uppföljningsintervjuerna kunde informanterna se tillbaka på förloppet med distans och artikulera delvis nya tankar, vilket bidrog dels till analysen och dels till en bättre förståelse av den kollektiva självblivelsen.

Genom att inte betrakta husockupationen som ett misslyckande, trots att den kom att upplösas, visar analysen att det praktiska görandet av demokratiska värden skapade en kunskap om kollektivitet som kom att bli förkroppsligad i subjekten. Utifrån denna kunskap argumenterar jag för möjligheterna för ett omdirigerat begär – ett begär som vänder sig ifrån individualism och mot ett politiskt subjekt inriktad på kollektivitet. Husockupationen kan således läsas som en process som kultiverade en gemensam identifikation med, och begär efter, kollektivitet och gemenskap, demokrati och möjligheter, för ett annat förhållningssätt till ett politiskt liv. Artikeln bidrar också med att se öppningar för möjligheter i tillfällen som vid första anblick avfärdas som misslyckanden.

Slutsatser: feministiska fantasier

I denna avhandlingens sista del vill jag nu ta ett samlat grepp om de fyra olika delstudierna och diskutera genomgående likheter och skillnader i de slutsatser som presenteras i varje delstudie för att sedan dra övergripande slutsatser från delstudierna tillsammans. Avhandlingens syfte har varit att undersöka vad feminism ges för betydelser på fyra olika men sammanlänkade arenor som omfattar skärningspunkten mellan marknad och feminism där feminism som värde är synligt, omfamnat och positivt laddat. Utifrån de fyra olika delstudierna inkluderar avhandlingen ett brett material och olika kontexter där jag undersökt varierande uttryck för feminism och social förändring. Fokus har legat på att undersöka de feministiska diskurser som artikuleras i denna skärningspunkt, vilka feministiska värden som tas i bruk, vilka begär som formas och vilka feministiska subjekt, politiska möjligheter och begränsningar som formas häri.

Genom att se de fyra delstudierna som både kontextuella nedslag och som en gemensam helhet tillsammans med mitt teoretiska och analytiska ramverk vill jag lyfta fram fyra fantasmatiska logiker som genomsyrar studien: (1) Fantasin om de goda företagen, (2) Fantasieko – historiska diskurser i ny tappning, (3) Feminismen som individuellt projekt – kravet på etisk njutning samt 4) Fantasins garant. Jag inledde avhandlingen med att beskriva ett exempel från feministen Linnea Claessons Instagram där hon formulerade sig kring intersektionalitet men hennes följarskara hade bara ögon för hennes t-shirt och henne som person och jag ställde frågan varför det såg ut på detta sätt och varför ett begär efter feministiska t-shirts verkade vara så starkt. Genom att läsa detta exempel genom dessa fantasmatiska logiker kan jag i kommande stycken förklara begäret efter feministiska varor och identiteter, då fantasin om de goda företagen hjälper oss att förstå hur företag och feminism smälter samman och hur feminismen stärks som individuellt projekt genom kravet på etisk njutning.

Fantasin om de goda företagen

I skärningspunkten mellan feminism och marknad framträder tydliga försök att artikulera, etablera och stabilisera en logik om den goda och etiska kapitalismen, uttryckt genom företag som vill väl och idén om företagets starka drivkraft för social förändring. Denna diskurs bärs upp av och begripliggörs genom fantasin om de goda företagen. Denna fantasi uttrycks både implicit och explicit i avhandlingens undersökta material. I ”Regeringens strategi för sociala företag: ett hållbart samhälle genom socialt företagande och social innovation” (Regeringen 2018) uttrycks det explicit genom artikuleringen att sociala entreprenörer ”har en stark drivkraft att bidra till att göra samhället bättre” (Regeringen 2018: 4), vilket därmed implicit också artikulerar det som inte faller

under benämningen socialt företagande, det offentliga och vissa ideella organisationer etcetera, som dess motsats (artikel 1: *The discourse of social innovation and gender equality*). Genom hela det material som undersöks i artikel 1 artikuleras företagande som den självklart bästa organisationsformen, ett påstående som inte heller behöver motiveras i strategin utan snarare befästs genom upprepning.

De feministiska företagen som intervjuas i artikel 3 (*Feminism means business: Business feminism, sisterhood and visibility*) talar om företagande och entreprenörskap som en nödvändighet. Däremot artikuleras inte fantasin om de goda företagen lika självklart i intervjuerna som i regeringens policydokument eller uttalanden (artikel 1) utan måste av de feministiska företagen ibland försvaras eller rättfärdigas. Som företagaren Sarah känner sig nödgad att rättfärdiga i sin intervju, att ”använda företagandet som ett sätt att också nå ut, det *måste* inte vara fel”. Från denna position behöver företagen göras till ”goda” på ett mer aktivt sätt medan de i policymaterialet artikuleras som ”redan goda”. Ett större och mer etablerat företag såsom kaffeproducenten Zoégas i artikel 2 (*Coffee by Women: the 'duty of ethical enjoyment'*) behöver å sin sida inte rättfärdiga sin plats i fantasin om de goda företagen utan tar den snarare för given. Här aktiverar fantasin konsumentens begär efter de goda varorna och känslan av att vara en god konsument, att genom konsumtion av kaffe få göra gott.

Utifrån avhandlingens delstudier så framträder alltså olika aspekter i de analyserade materialen som på varierande sätt gör bruk av och samtidigt är med och formar fantasin om de goda företagen. Företagande artikuleras som den främsta organisationsformen, entreprenörskap som en nödvändighet och konsumtion som ett självklart sätt att göra gott. På sätt och vis kan man också tolka det som att de intervjuade husockupanterna i artikel 4 (*Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjectification processes*) genom sitt avståndstagande till och polariserande mot företagande och kapitalism också är delaktiga i formandet av fantasin om de goda företagen. Stavrakakis (2007: 250) framhåller i avseende på konsumtion att personer som anser sig ”se igenom systemet” eller inte anser sig falla för konsumtionens lockelser, blir interPELLerade på ett särskilt sätt som gör konsumtionen till något annat, till en form av motstånd som ger subjektet ännu mer njutning än den vanliga konsumtionen. På liknande sätt går det också att förstå husockupanternas motstånd som en del av hur fantasin om de goda företagen formas och upprätthålls. Deras avståndstagande mot både det offentliga och näringslivet bidrar till en njutning som i sig blir delaktig i upprätthållandet av fantasin.

Sett ur ett diskursteoretiskt perspektiv döljer fantasin konflikter och får det tillsynes ologiska att framstå som logiskt (Glynos och Howarth 2007: 147; Scott

2011: 50). I fantasin om de goda företagen döljs en rad konflikter. Genom att fokus sätts på kaffebrist så döljs i artikel 2 att ett multinationellt företags kapitalistiska produktion av råvaror för export i det "Globala syd" upprätthåller en kolonial exploatering och att konsumtionen därmed i sig är delaktig i detta, liksom de problem med klimatförändringar som Zoégas målar upp som det primära hotet mot den framtida kaffeförsörjningen. I intervjuerna med de feministiska företagarna (artikel 3) har jag med hjälp av fantasibegreppet fått syn på hur konkurrens mellan företagen framställs som någonting positivt eftersom det begripliggörs som en utvidgning av den feministiska kampen, enligt logiken, ju fler feministiska företag desto starkare feministisk rörelse.

De goda företagen framställs som en självklarhet i artikel 1-3 och i denna obestridda framställning ryms, menar jag, också ett slags sonande, varigenom konsumtionen (artikel 2-3) kan fortgå utan att framkalla dåligt samvete. Ett slags kondenserat narrativ som många kan identifiera sig med (Scott 2011) som i artikel 2 inkluderar ett slags sonande i att kunna köpa sig fri från skuld, där den goda handlingen – att göra gott – är innesluten i och en del av det kondenserade narrativet. För de feministiska företagen däremot så innefattar det kondenserade narrativet hur företagen är delaktiga i den feministiska kampen vilket per definition gör dem till goda företagare. I artikel 1 så innefattar det kondenserade narrativet, argumenterar jag, en idé om företagande som överlägset andra organisationsformer och en idé om tillväxtens självklara värde och potential för att skapa social förändring.

I fantasin om de goda företagen framträder också en iscensättning av ett begär, att liksom "leva som om" (Sjöstedt Landén 2012: 78). Att handla "etiskt kaffe" kan läsas som en iscensättning av ett begär om hur vi vill att den globala kapitalismen ska fungera, och på så sätt kan mer (etisk) konsumtion också bli lösningen på konsumtionens baksidor och i förlängningen också lösningen på kapitalismens problem. Regeringens strategi för sociala företag och de tillhörande uppdrag de gett åt bland annat Vinnova, är ett annat exempel på "som om". Sociala företag kan inte, som visats i artikel 1, varken överleva utan bidrag och stöd eller fungera enligt den hegemoniska idén om marknadens premisser. De sociala företagen framställs som den ultimata lösningen på samhällets utmaningar, men behöver för att fungera som tänkt, eller fungera alls, inkubatorer, stödsystem, mötesplatser och goda exempel, utbildning och finansiering samt nya sätt att mäta resultat. Här bidrar stödsystemen till att de sociala företagen kan "leva som om", som om de verkligen var lösningen på samhällets utmaningar och som om de verkligen var "vanliga" företag i bemärkelsen att de förväntas gå runt för egen maskin. De feministiska företagen å sin sida lever också "som om" och iscensätter en vilja att feministiska företag ska fungera som om det inte fanns konkurrens eller ett mål att tjäna pengar. Fantasins om de goda företagen har på så sätt också en normerande funktion för

människor (Scott 2011; Sjöstedt Landén 2012), en drivkraft efter en slags social status som kan förloras om subjektet inte ständigt strävar efter det. Att handla "etiskt" producerat kaffe passar för många (välbemedlade) människor in i den sociala status de önskar upprätthålla. De feministiska företagen, med sitt tydliga fokus på etiska praktiker och att vara ett "gott företag" ur alla möjliga tänkbara aspekter, inkorporerar också en slags social status. Fantasin om de goda företagen begärs av de som konsumerar etiskt, något staten ger uttryck för och iscensätter genom sina strategiska satsningar på social innovation och något de feministiska företagen upprätthåller genom etiska praktiker. Fantasin innebär också en omförhandling av vissa värden kopplade till marknaden och samtidigt något som husockupanterna i artikel 4 är del i att forma genom sin upptagenhet med att ta avstånd från densamma.

Fantasin om de goda företagen förstärker en diskurs där företag ses som lösningen på sociala problem och företagande som en möjlig väg att bedriva aktivism, vilket i sin tur (om)formar förutsättningarna för feministisk mobilisering och organisering. När företagsformen framställs som ett rimligt, till och med optimalt, sätt att mobilisera för social förändring eller när det kommersiella i feministiska sammanhang premieras framför det ideella så stärks samtidigt individuella lösningar framför kollektiva. I en kontext där företag anses inkorporera drivkrafter för social förändring blir också företagets varuproduktion en form av social förändring, liksom att handla dessa varor blir det logiska svaret på ett begär efter förändring.

Fantasioko – historiska diskurser i ny tappning

Något som väckt min uppmärksamhet under avhandlingsarbetets gång är ett återkommande användande och återupplivande av äldre politiska och feministiska paroller, ett slags återanvändande av historien. För att förstå och kunna sätta ord på denna återvinning av det förflutna har jag arbetat med Scotts (2011: 46) begrepp fantasioko. Ett eko ska förstås som en repetition eller en upprepning av det förflutna, av historien. Men varje gång ett eko studsar tillbaka så tar det en lite annan form, dess mening förändras, det är alltså aldrig ett exakt återupprepande av historien (Ibid. 2011: 48).

Bland de intervjuande feministiska företagarna (artikel 3) så återbrukas historiska feministiska krav om lika lön och om kvinnors obetalda arbete för att motivera och legitimera möjligheten att tjäna pengar på feminism. När dessa krav studsar tillbaka i en företagskontext så förändras innebörden och möjliggör att kvinnors företagande och själva ägandet av företag som kvinna kan artikuleras som feminism. Samtidigt aktiveras och brukas en feministisk diskurs om systerskap för att motivera och legitimera konkurrens mellan feministiska företag. När ideal om systerskap ekar tillbaka i en individualistisk företagskontext

får konkurrens den positiva betydelsen av fler feministiska företag som i sin tur förklaras med att den feministiska kampen utvidgas. En sorts logik som säger: ju fler feministiska företag desto mer och därför bättre feminism. Aktiverandet av sådana historiska feministiska artikuleringar, läst genom begreppet fantasieko, blir till ett eko som studsar tillbaka från det förflutna men det tar här en annan form. Denna andra form omformar diskursen och gör feminism möjlig att förstå som ägandeskap och gör det möjligt att förstå företagande som aktivism. Dessa exempel visar på hur ett återbrukande av historien inte bara används för att omforma diskursen utan också för att legitimera dess existens, att företagande och konsumtion kan kallas för och förstås som feminism.

Intervjuerna med de feministiska företagen (artikel 3) visar hur de tar sin utgångspunkt i medelklasskvinnors förutsättningar och jämför frigörelse med betalt arbete när fantasiekot av kravet på lika lön för lika arbete omformuleras till att ta betalt för sin aktivism. I artikel 2 så ekar krav om kvinnors rätt till försörjning i fantasin om ett globalt system. Här görs ett tydligt (åter)bruk av en strukturalistisk feminism genom användandet av (en översättning av) Röda bönsångens sång "Vi måste höja våra röster (Åh tjejer)". Genom att förstå ett användande av dessa paroller som ett eko av historiska feministiska krav visar jag att ekot inte bara är i samklang mellan liberalfeministiska teman och nyliberala logiker, såsom Fraser (2009) har beskrivit – att feminismen endast vinner mark där dessa krav verkar i samklang med nyliberala krav. I mitt material går det även att skönja ett eko av strukturalistiska feministiska krav. Men när dessa krav itereras och studsar tillbaka i en företagskontext så sker en omformulering som innebär att de görs företagskompatibla. McRobbie (2009) skriver att postfeminismen främst ska förstås som ett resonemang där vi redan uppnått jämställdhet och att feminism på så sätt blir onödig. Å ena sidan finns spår av en sådan diskurs i Sverige, "världens mest jämställda land", å andra sidan har den sällan aktiverats av just feminister. Den svenska kontexten bör kanske snarare förstås utifrån ständiga försök att institutionalisera feminismen, med statliga bidrag, jämställdhetsintegrering, jämställdhetsplaner, diskriminerings- och sexualbrottslagar och jämställdhetsmyndighet. När strukturalistiska feministiska krav studsar tillbaka i en delvis annorlunda kontext, så begripliggörs kraven på nya sätt. Som Carbin, Overud och Kvist (2017: 126) skriver i avseende på feminismens omformulering i en samtid präglad av ett fokus på lönearbete: "Slående likheter mellan frigörande feminism och frigörande kapitalism gör att det idag är svårt att skilja dem åt. När allt är till salu, allt går att köpa, blir det emancipatoriska begäret förvillande likt begäret att konsumera". Eller som mitt material också visar, förvillande likt begäret efter att äga och driva företag.

Ett annat fantasieko, specifikt för den svenska kontexten, som framträder i mitt material är ett eko av "den svenska (välfärds)modellen" i artikel 1. Sverige med sin svenska välfärdsmodellen har sedan slutet av 1900-talet beskrivits som en

socialdemokratisk, centraliserad och kvinnovänlig stat (Sainsbury 1996; Hobson 2006) som tar hand om sina invånare (Andersson 2009; Wennemo 2014). Vad som dock är intressant är att i mitt material artikuleras ”den nya svenska modellen” som grundar sig på ett eko av den traditionella idén om den svenska välfärdsmodellen, men som när den här studsar tillbaka i en företagskontext artikulerar socialt entreprenörskap och sociala innovationer som den ultimata lösningen på välfärdsutmaningar och sociala problem. Sociala innovationer framställs samtidigt som lösningen på utmaningen att kunna behålla den svenska välfärdsmodellen.

Dessa fantasiekon av socialdemokratisk och feministisk historia döljer både skillnader och konflikter i de olika materialen, vilket stärker ekots fantasmatiska dimension och intensifierar njutningen av en viss fantasi och därmed också begäret efter den. På detta vis både stärks och fördjupas fantasin om de goda företagen och subjektens insnärjning i densamma, medan de många problemen med både den samtida politiken och samtida marknadslogiker döljs. Såsom att en utbredning av sociala innovationer bidrar till att skatteintäkter från det offentliga omfördelas till det privata, ökad privatisering av det offentliga, att multinationella företag är en stor del av problemet med klimatförändringar och att klassförhållanden döljs när ägande görs till feminism.

Feminism som individuellt projekt – kravet på etisk njutning

En viktig slutsats i artikel 2 är att den etiska konsumtionen bidrar till ett förändrat socialt kontrakt mellan människor. Det har, som artikel 2 närmare beskriver, skett ett skifte inom kapitalismen vad gäller den sociala strukturen i och med masskonsumtionens utbredning (Stavrakakis 2007). Före masskonsumtionens intåg var samhället präglad av förbud. Det var ett samhälle med disciplin och uppoffring som centrala värden där arbetets etik stod i fokus (Bauman 1998). Ett samhälle genomsyrat av en social plikt att låta den personliga njutningen stå tillbaka till förmån för kollektivets bästa. Det vill säga ett krav på återhållsamhet utifrån logiken att allt bra kommer till den som väntar. Efter masskonsumtionens genomslag förändrades samhället till att istället vara strukturerat utifrån en njutningsplikt. Samhället struktureras här istället kring ett påbud att maximera den omedelbara personliga njutningen (Stavrakakis 2007: 246-248). Vi argumenterar i artikeln för att det går att skönja en ytterligare förändring av denna struktur till att nu centreras kring ett krav på etisk njutning (“the duty of ethical enjoyment”). Den etiska njutningen inkorporerar en motsägelsefull hybrid av både påbud och förbud, återigen behäftad med återhållsamhet och uppoffring men samtidigt uppmuntras subjektet till omedelbar individuell njutning på särskilda sätt. Etisk konsumtion är ett påtagligt exempel på en kontext där det framställs som möjligt att fortsätta konsumera (omedelbar individuell njutning) så länge man konsumerar etiskt (uppoffrande och

återhållsamt). I det etiska konsumerandet finns också en inbyggd botgörelse, ett tillfälle att göra gott genom konsumtion.

Ytterligare ett exempel utifrån avhandlingens analyser som pekar mot ett krav på etiskt njutande är hur de feministiska företagen (artikel 3) arbetar mycket hårt i sin strävan efter att driva alla delar av sitt företag på ett etiskt sätt. En informant berättade hur hon köpte in tröjor från second hand-butiker istället för att köpa nyproducerade tröjor att trycka på, då hon inte ville bidra till, som hon uttryckte det, "ökad konsumtion". En annan informant var noga med att använda ekologisk bomull och Fairtrade-producerade material men var samtidigt lite besviken över att kundkretsen inte verkade bry sig särskilt mycket om varken materialet eller produktionsvillkoren. En tredje informant var noga med att all produktion skulle ske i Sverige av miljömässiga skäl (bland annat i avseende på transport och insyn i tillverkningsprocessen) medan ytterligare andra informanter fokuserade på att vara "miljövänliga" eller försökte undvika onödigt mycket emballage. Sammantaget framstod sådana etiska val som centrala för att kunna driva ett feministiskt företag. En av informanterna, Erica, poängterade att hon "egentligen inte gillar konsumtion som sådan, men...". Detta *men* symboliserar en återkommande tvekan bland informanterna, en tvekan som ofta omformulerades eller doldes i en stor omsorg om etiska detaljer. Sett genom "ett krav på etisk njutning" argumenterar jag för att denna omformulering ligger i linje med ett förändrat socialt kontrakt – här återfinns både den omedelbara individuella njutningen av konsumtion och/eller att göra vinst, och återhållsamheten i de etiska valen. Denna slutsats stärks ytterligare av att flera av de feministiska företagen vinnlade sig om att skänka en del av sin vinst till ideella feministiska verksamheter. De artikulerade denna praktik med ord såsom att det handlade om att "ge tillbaka" och att ge till de "som faktiskt gör något på riktigt" vilket tolkas som ett begär efter att göra gott, att göra skillnad. Att tjäna pengar på sin aktivism, eller att göra aktivism genom företagande är en slags njutning men med krav på återhållsamhet och en slags njutning som inkluderar ett "men", ett visst mått av skam, som återkommande hanterades och legitimerades med olika etiska praktiker. En skam de var tvungna att förhålla sig till, vilket inte minst syns i artikuleringarna ovan, att "ge tillbaka" till de som "faktiskt gör skillnad på riktigt". Fantasien om de goda företagen strukturerar begäret efter att göra skillnad och de etiska principerna blir något de feministiska företagen behöver införliva för att upprätthålla fantasin. De etiska praktiker artikuleras som individuella val vilket medför att feminismen stärks som ett individuellt projekt, på liknande sätt som den etiska konsumtionen och dess reklam (artikel 2) bidrar till en individualisering av politiska handlingar. "Feministen" som det politiska subjektet blir ett individuellt entreprenöriellt subjekt som uppmuntras att njuta återhållsamt och begära etiska val.

Fantasins garant

För att förstå vilka begär som produceras och hur de formas i skärningspunkten mellan feminism och marknad analyserar jag och sätter fokus på var de feministiska subjekten sätter sin tilltro. På vad eller vem som anses vara ansvarig för sakernas tillstånd och vem som målas upp som garanten, alltså vem som anses ansvarig för att ordna vissa belägenheter. Ett fokus på fantasins garant hjälper mig att förstå hur olika fantasier uppstår, består och bibehåller subjekten i sitt grepp.

För att leda mig mot fantasins garant, det vill säga ringa in vem som målas upp som ansvarig, fokuserar jag på känslor av besvikelse och svek. I artikel 4 om husockupationen av Lokstallarna uttrycker intervjudeltagarna, trots ett tydligt ställningstagande om autonomi, en påtaglig känsla av besvikelse gentemot kommunen. I berättelserna fanns uttryckliga känslor av svek och känslan att kommunen utnyttjat dem i ansökningsprocessen till Kulturhuvudstadsåret men också att kommunen trängt undan den fria kulturen till förmån för den mer etablerade och städade konsten. Detta kan läsas som exempel på stulen njutning, att kommunen med sina andra projekt (framförallt kopplade till kulturhuvudstadsåret) njöt på ockupanternas bekostnad. I dessa känslor av besvikelse finns samtidigt en tydlig dragning till kommunen, en förväntan på att kommunen ska svara på ockupanternas krav samtidigt som ockupanterna också strävade efter att vara kommunen till lags. På kommunens begäran bildade husockupanterna en regelrätt förening och gjorde allt i sin makt för att söka lagliga och, från en kommunal horisont, önskvärda vägar att etablera ett fritt kulturhus. Tilläggas bör att beslutet att bilda en förening inte var något enkelt eller enhälligt beslut, alla var inte övertygade om att det var den rätta vägen, dock var det ett beslut taget i demokratisk anda. Jag argumenterar för att denna hängivenhet och dragning till kommunen visar på hur kommunen eller det offentliga fungerar som fantasins garant.

Även bland de feministiska företagarna i artikel 3 så uttrycker en del en känsla av besvikelse på det offentliga, att det offentliga ofta är för byråkratiskt och att det genom den vägen tar alltför lång tid att driva igenom en förändring (jfr. Martinsson 2016). Den byråkratiska trögheten ställs mot att starta företag vilket framställs som en mycket snabbare och mer effektiv väg att nå förändring. Det offentliga (här staten eller myndigheter) artikuleras bland företagarna som en bromskloss för social förändring och företagande blir då dess effektiva motpol. Outtalat i dessa artikulationer är således att det finns förväntningar på det offentliga när det gäller feminism och jämställdhet på olika sätt, då de själva agerar genom sitt företagande för att staten gjort för lite. Analysen i artikel 3 om de feministiska företagarna visar också på att relationen till staten är en avgörande faktor för startandet av företag. De allra flesta av de intervjuade hade

få eller inga tankar på att starta företag men allt eftersom efterfrågan ökade kände de sig tvingade att starta företag för att kunna betala skatt och som många uttrycker det, för att göra rätt för sig.

Det finns alltså i delstudie 3 och 4 ett starkt band till "det offentliga". I känslor av besvikelse på det offentliga visas samtidigt en tilltro och förväntningar på dessa, vad det offentliga borde ha gjort eller vad som borde vara dess fokus. Mer teoretiskt uttryckt så finns hos de feministiska eller politiska subjekten en tillgivenhet till det offentliga och en affektiv investering i diskursen om Sverige som ett land där staten värnar om sina invånare och står upp för feministiska värden. Denna tillgivenhet, eller "ideologins grepp" för att använda Glynos (2001) ord, argumenterar jag är specifikt för den svenska kontexten. I en kontext där det finns en hög tilltro till staten så blir också staten eller det offentliga en ständig ankarpunkt, en referenspunkt svår att frikoppla sig ifrån. En sådan stark anknytning till det offentliga kan, argumenterar jag, forma eller begränsa hur man ser på politiskt handlande, vad som är möjligt att göra eller uppnå.

När regeringen själv artikulerar fantasin om de goda företagen (artikel 1) så förstärker de sin position som fantasins garant. De håller företagen under armarna, ger dem allehanda stöd och resurser, med målet att göra sig själv överflödig. På detta vis artikulerar de, vad de själva kallar, "den *nya* svenska modellen". Genom att använda sig av "den svenska modellen" som ett fantasieko (Scott 2011), blir denna artikulation en garant för trygghet, av något historiskt tryggt att hålla i handen. I ekots iteration, när den svenska modellen studsar tillbaka, framträder dock en bild där företagen istället omformuleras som garanten för de sociala utmaningarna samtidigt som staten fasar ut "sig själv".

Det offentliga som garant kan läsas som en ideologisk fantasi (Glynos och Howarth 2007). En ideologisk fantasi som är laddad med olika förväntningar. Dessa förväntningar blir till olika karaktäristika och attribut som behäftas på det offentliga som idé. Den ideologiska fantasin blir till ett motiv för politiska eller feministiska subjekt att organisera sig på särskilda sätt för att leva upp till den specifika ideologiska fantasin. Förhållandet till den ideologiska fantasin strukturerar vad som blir eftersträvansvärt. Att konsumera gott, att starta företag som ett sätt att göra rätt för sig och att organisera sig i respektabla former (en regelrätt förening istället för ockupation) kan ur ett sådant teoretiskt perspektiv läsas som olika sätt att leva upp till idealen i den ideologiska fantasin.

Mellan marknad och feminism

Genom avhandlingens fyra delstudier har jag visat hur en fantasi om de goda företagen skapas och upprätthålls på olika sätt. Som fantasi förstärker den en logik om den goda och etiska kapitalismen där företagande ses som aktivism och

lösningen på sociala problem och orättvisor. En sådan logik formar oundvikligen förutsättningarna för feministisk organisering och aktivism samt leder till ett premierande av individuella lösningar framför kollektiva sammanslutningar. Fantasin om de goda företagen förstärks och fördjupas av fantasiekon av feministisk och socialdemokratisk historia. Dessa fantasiekon döljer konflikter och intensifierar fantasins kraft, alltså subjektens begär efter och insnärjning i den. För att fantasin ska upprätthållas struktureras begäret efter att göra skillnad i riktning mot etiska praktiker. De etiska praktikerna artikuleras som individuella vilket medför att feminism och arbete för social förändring stärks som ett individuellt projekt. Feministiska subjekt formas som individuella entreprenöriella subjekt begärande etiska val. Avhandlingen har också visat hur "det offentliga" struktureras som fantasin om de goda företagens garant vilket medför att vissa förväntningar behäftas på idén om det offentliga, förväntningar som formar hur feminism och arbete för social förändring organiseras och praktiseras, men också vad som blir eftersträvansvärt i förhållande till det offentliga.

Jag anser att en av avhandlingens styrkor ligger i att jag använder fyra olika empiriska material, men det har samtidigt varit en utmaning. Dels att få ihop fyra skilda material till en helhet och dels att tidsmässigt hinna med både materialinsamling och kontextualisering av fyra så olika sammanhang och forskningsfält. Genom att välja att studera skärningspunkten mellan feminism och marknad på fyra olika arenor med fyra olika empiriska material så har jag dock kunnat omfamna den komplexitet som kommer av att analysera ett brett material. Till exempel har jag kunnat sätta fingret på hur "det offentliga" på olika sätt spelar en stark roll i en svensk kontext (som fantasins garant) och hur historiska feministiska och socialdemokratiska krav i flera kontexter återbrukas i skärningspunkten mellan feminism och marknad. Dessa resultat har varit ett resultat bland andra resultat i delstudierna men delstudierna tillsammans pekar mot att detta är ett mönster. Genom att använda mig av olika empiriska material och olika insamlingsmetoder har jag kunnat visa hur diskurser formas av och för olika subjekt, vilket också kan förklara diskursernas kraft.

De empiriska materialen fångar olika kontexter som innefattar skärningspunkten mellan feminism och marknad, från regering till företag till aktivisters egna berättelser. När jag analyserat de olika kontexterna som en enhet har jag kunnat se analytiska mönster och peka på hur kontexterna relaterar till varandra. De tre första delstudierna visar alla på olika arenor som etablerar, drar nytta av eller välkomnar feminism i en marknadskontext medan den sista delstudien visar hur aktivisterna vänder en marknadskontext ryggen. De feministiska företagen (artikel 3) kan ses som den typ av företag regeringsstrategin (artikel 1) värnar om, Zoegás (artikel 2) nyttjar regeringsstrategins artikulation om företagets drivkraft för social förändring och aktivisterna i husockupationen (artikel 4) närmar sig de

krav som ”det offentliga” ställer på dem när de bildar en regelrätt förening. De olika kontexterna skiljer sig dock också åt på andra sätt. De feministiska företagen (artikel 3) såväl som aktivisterna i husockupationen (artikel 4) målar stundtals upp en mer nyanserad kontext – vilket också såklart har att göra med intervjuformens större möjligheter att fånga upp nyanser jämfört med reklam och policymaterial.

Som både avhandlingens namn och slutsatsernas teman avslöjar så har fantasi fått stor plats och varit ett centralt teoretiskt begrepp och verktyg för de genomförda analyserna. Det teoretiska ramverket med psykoanalytiskt inspirerad diskursteori har gett mig verktyg att se och analysera de begär, de känslor av besvikelse och den njutning som fångar in de feministiska subjekten i diskurserna och som bidrar till att diskurserna behåller dem i sitt grepp. De psykoanalytiskt inspirerade begreppen har också gett mig ett språk för att beskriva de begär och den njutning som uttryckts i de olika empiriska materialen. Teorier om känslor och emotioner hade kanske också kunnat ge mig ett sådant språk, men de analyser som står till buds inom den psykoanalytiskt inspirerade diskursteorin har öppnat andra, enligt mig mer produktiva, vägar i analysen. Till exempel så hade slutsatsen i artikel 2 om ”kravet på etisk njutning”, som jag ser det, inte gått att nå med ett annat teoretiskt ramverk och denna slutsats låg sedan till grund för förståelsen av de feministiska företagens (artikel 3) etiska förhandlingar. Även begreppet fantasieko har, som tidigare beskrivits, hjälpt mig att beskriva och förstå hur ett återanvändande av historien fördjupar fantasins kraft. De kompletterande teorierna om post- och populärfeminism samt Gibson-Grahams (1996, 2006) förståelse av kapitalcentrism har hjälpt mig att lyfta blicken från individnivå. Psykoanalysens bidrag i denna studie är tillsammans med andra teorier såsom diskursteori och olika feministiska teorier att sätta fokus på de begär som omformulerar feministisk förändring och bidra med förståelse för varför förändring är så svår att uppnå.

En skärningspunkt där populärfeminism och psykoanalys möts på ett analytiskt fruktbart sätt är i de feministiska företagens (artikel 3) etiska förhandlingar, det jag tolkar som ett krav på etisk njutning. I dessa förhandlingar framträder också ett visst mått av skam, baserat på en rädsla att göra fel och att inte vara en tillräckligt bra feminist. Anne beskriver det feministiska företagandet som att ”det är en ganska smal väg, eller vad man ska säga, så det är ganska lätt att göra fel. I form av att ... För att man har ganska mycket ögon på sig.” Erica berättar att hon är nervös för att säga fel saker och vill inte att hennes företag ska ”göra fel”. Emma berättar om sina känslor inför den kritik hon fick från en kund för att hon erbjöd fraktfria beställningar i samband med Black Friday:

Hon blev besviken för att jag hakade på nåt sånt kommersiellt liksom. Nu när vi vet att det liksom det finns ingen planet B liksom. Då var det faktiskt ett sånt

läge som jag kände att jag nästan blev lite skamsen [...]. Så då bara la jag ner den kampanjen på en gång, för att jag själv kände att ... just att man har ett värderingsbärande företag.

Emma beskriver ovan hur hon kände skam över att hon inte hade tänkt till och inte agerade tillräckligt etiskt i sitt feministiska företag. Hur kan vi förstå känslor av skam och denna rädsla för att göra fel? Ett vanligt påstående kring feminismen i Sverige idag är att den omges av en "skammningsdiskurs", ett fokus på en benämningens politik och att detta gör många rädda för att göra eller säga "fel". Med teorier om populärfeminism kan dessa artikuleringar förstås i förhållande till en synlighetens ekonomi (Banet-Weiser 2018) där informanterna blir inkluderade i en individuell feedback-loop och en jakt på positiv respons, där synligheten i sig blir själva målet. Med psykoanalytiska teorier kan jag förstå hur känslorna av skam hanteras och kanaliseras mot ett fokus på etiska val. Postfeminismen i sin tur visar hur feminism i företagsform producerar entreprenöriella subjekt, vilket medför att de feministiska artikuleringarna blir individuellt kopplade, där enskilda personer får stå till svars för en hel rörelse och ju mer synliga dessa är desto oftare får de också agera syndabockar för andras besvikelse. När feminism blir ett företag är fokus inte längre på en kollektiv rörelse utan på individer och därför blir företagarna ensamma med skammen och nederlagen. De intervjuade feministiska företagarna berättar också att de ofta begränsar sina feministiska uttalanden, att de helst undviker att skapa debatt i sina forum eftersom de främst önskar en positiv stämning, som Sarah säger: "Ingen vill ju köpa arg skit". Själva företagandet formar vilka feministiska uttryck som blir möjliga.

Feminismens framtider

För att avslutningsvis blicka lite framåt och utåt från avhandlingen så finner jag det motsägelsefullt att den "populära feminismen" ökar i synlighet och popularitet (Banet-Weiser 2018) samtidigt som misogynin tilltar, med ett växande hat och hot mot feminister. Det kan till exempel ses i att olika så kallade antigenderrörelser växer fram (Korolczuk och Graff 2018; Kuhar och Paternotte 2017, Gunnarson Payne 2020) där genusvetenskap som akademiskt ämne ifrågasätts som ovetenskapligt och ideologiskt (se t.ex. Martinsson 2020; Fahlgren och Sjöstedt Landén 2014 för analys av sådana uppfattningar) och hotas och förbjuds på vissa håll i Europa. Nationella sekretariatet för genusforskning hittade i slutet av 2018 en bombattrapp på dörren till sitt kontor och journalister som skriver med ett feministiskt perspektiv riskerar att få mejlkorgen till bredden fylld med hot och hat (Sveland 2013). Feminismens breda omfamnande och hotet mot densamma tycks alltså ske parallellt.

Banet-Weiser (2018) argumenterar för att den populära misogynin är reaktiv på populärfeminismen och att den plockar upp populärfeministiska slogans,

ställningstaganden och bilder för att sedan förvränga dem utifrån sina egna motiv. Ju synligare populärfeminismen är desto starkare blir den misogynna responsen. En sådan respons har ingen framträdande roll i mitt empiriska material och är inget som mina informanter berättat om. Tvärtom visade de feministiska företagarna (artikel 3) förvåning över hur lite hat de faktiskt hade mottagit trots en stark oro inför det. Bara en av de intervjuade, en person som startat sitt företag ur ett mer radikalt folkbildande feministiskt konto, berättade att hon återkommande fick motta hat och hot samt i stort sett dagligen blockerade hatiska personer från hennes konton. Denna informant var också den enda av de intervjuade som aldrig tvekade kring om hennes innehåll var för radikalt för hennes följare eller om det skulle skada hennes försäljning på något vis. Vad jag kan konstatera är att den feminism som formas i skärningspunkten med marknaden som här undersökts alltså inte verkar generera någon direkt reaktion från misogynna grupper i en svensk kontext. Dock vet vi att hat och hot mot individer såsom kända personer och influencers som tar ställning för feminism i sociala medier är stort.

Lilja och Johansson Wilén (2018) menar likt Banet-Weiser (2018) att antigenderrörelsen i Sverige är reaktiv på feminism och att dessa två bör analyseras i relation till varandra. Dock diskuterar de inte specifikt populärfeministiska uttryck i Banet-Weisers definition utan vad de kallar för "svensk mainstreamfeminism". De argumenterar för att feministiska uttryck som bygger på repetition och normalisering (exemplifieras genom #metoo) eller förstås som disciplinära i bemärkelsen att de stänger debatten och framställs som "sanningen" (exemplifieras bland annat med användandet av ordet "hen") är feministiska praktiker som aktiverar en motreaktion från antigenderrörelsen i Sverige. Vissa feministiska praktiker skapar alltså en viss typ av reaktioner medan andra inte skapar några reaktioner alls (exemplifieras med pussyhats). Hur kan vi då förstå att de starka misogynna reaktioner som kommer av populärfeministiska uttryck i en nordamerikansk kontext (Banet-Weiser 2018) inte verkar skapa liknande reaktioner i svensk (företags)kontext? Och hur kan vi tänka kring att det kanske är mer radikala uttryck som möter ilska i en svensk kontext eller uttryck som mer direkt är kopplade till en individ?

Det paradoxala med de simultana landvinningarna för både antigenderrörelsen och populärfeminismen sätter dock fingret på kanske den viktigaste frågan att ställa sig när det kommer till skärningspunkten mellan feminism och marknad, som Gunnarson Payne och Tornhill (2019) argumenterar: Hur kan och bör feminismen återpolitiseras i en kontext där genusfrågor, avpolitiserade av både statens byråkrati och företag, möter politiseringen av samma frågor från högerpopulismen?

Utifrån Lilja och Wilén Johanssons (2018) argumentation så är de feministiska uttryck som studerats i denna avhandling varken disciplinära eller bygger på repetition då de i den bemärkelsen är tämligen disparata. Företagande och konsumtion kan väl snarare ses som raka motsatsen till disciplinära uttryck och som ett uttryck för frihet i en kapitalistisk diskurs. Jag kan däremot inte se någon skillnad i den bemärkelsen på en svensk eller nordamerikansk kontext. Inte heller i det avseendet att feminism i företagsform eller feministisk reklam är ohotande i sin konstitution (för vem vill egentligen ”köpa arg skit?” som en av informanterna uttryckte det). Det verkar dock trigga igång andra rektioner i andra kontexter. Martinsson (2020) argumenterar för att antigenderrörelsen i Sverige skiljer sig åt från andra delar av världen då den inte bygger på religiös konservatism och att antigenderrörelsen i Sverige istället artikulerar genusvetenskap och jämställdhetsintegrering som en religion som styr staten och medborgarna. Antigenderrörelsen i Sverige riktar alltså in sig på genusvetenskap och till exempel statliga krav såsom genusperspektiv i forskning, likabehandling och jämställdhetsintegrering. Orsaken till de olika motreaktionerna i de olika kontexterna kan jag med mitt material inte besvara. Dock bidrar materialet till att formulera frågor som det vore angeläget att utforska. En sådan fråga handlar om statens roll som garant i ideologiska fantasier i en svensk kontext. Kan det vara en förklaring till de stora skillnader som finns med avseende på vad som skapar motreaktioner och hur dessa motreaktioner uttrycks?

Tack

Nu var det slut och nu ska tacket skrivas. När Ann-Louise Silfver ringde mig i början av sommaren 2014 och sa att jag var antagen som doktorand i genusvetenskap blev jag oerhört glad och samtidigt väldigt ambivalent. Att börja doktorera skulle innebära en flytt från allt som var vardag, inte bara för mig utan också för min familj. Så här med facit i hand så ångrar jag mig inte en sekund och kan säga att det blev bättre för alla inblandade än jag nånsin kunnat föreställa mig.

Många är de som har varit med och bidragit till avhandlingen på olika sätt. Först och främst vill tacka de personer jag intervjuat i avhandlingsarbetet, för att ni så frikostigt delat med er av era tankar och tid.

Tack till mina handledare. Malin Rönnblom för att du alltid haft orubblig tilltro till mig, även när jag vandrat iväg lite väl mycket så har du låtit mig göra min egen grej och alltid fått mig att tro att det kommer att gå vägen. Tack Angelika Sjöstedt Landén för dina alltid så skarpa och noggranna läsningar, inte minst i avhandlingens slutskede. Tack Ulrika Dahl för handledning de första åren och för att du alltid tjtade om genusperspektivet när jag ville skriva om annat.

Tack alla på UCGS för att ni fått det att vara roligt att gå till jobbet. Det har inte minst märkts under det senaste året då vi inte fått ses. Tack Linda Sandberg för att din dörr alltid stått öppen för dumma frågor. Tack Veronika Lodwika för att du alltid hjälpt mig med det administrativa och påmint mig om blanketter jag borde skriva under. Tack Elin Kvist för bra kommentarer på mitt PM-seminarium, tack Sara Edenheim och Jenny Jarlsdotter Wikström för läsning och hjälp framåt på mitt mittseminarium och tack Linda Sandberg och Ulrika Widding för uppmuntrande grönläsning.

Tack också till alla doktorander på UCGS. Två av er vill jag tacka lite extra. Hanna Bäckström, vi har följt varandra hela vägen från första dagen på forskarutbildningen! Det har varit både tryggt och kul, allt från att dela rum vårt första trevande år till resan till Berlin. Stort tack för att du tog dig tid att läsa och kommentera mitt slutmanus och TACK för att du skrev kaffeartikeln med mig, den hade inte blivit lika bra utan dig! Extra tack också till Jennie Brandén som funnits med sen första början, för kamratskap, trevliga luncher, resan till Essex och råd och stöd i en stundvis slitig doktorandvardag.

Tack också Josefin Olsson för att jag fick skriva om #killmiddag med dig! Ser fram emot att läsa dina texter och fler samarbeten i framtiden.

Tack alla inblandade i genusforskarskolan. Ann-Louise Silfver, Annelie Brännström-Öhman, Linda Berg, Maria Carbin, Bodil Formark, Ida Linander, Veronika Lodwika och Ulrika Widding, det har varit en ynnest att få vara med i detta sammanhang. Ju mer jag lärt mig desto mer har jag förstått hur mycket det finns att lära av ett tvärvetenskapligt sammanhang. Tack alla doktorander i genusforskarskolan för givande seminarier och trevliga away-days. Extra tack till min seminariegrupp: Hanna Bäckström, Jennie Brandén, Jenny Jarlsdotter Wikström, Emil Marklund och Johan Hallqvist för bra läsningar, kamratskap och alltid god stämning. Med er har det alltid känts tryggt att dela både text och vedermödor. Och tack till Ann Öhman och Maria Carbin som tagit hand om vår grupp på bästa sätt.

Pappa, tack för att du fick mig att inte hoppa av gymnasiet. Och tack för att du alltid ställer upp när jag behöver det och aldrig säger nej till mina barn. Tack för att du korrläste hela kappan! Och till mamma om du hade levt: tack för att du alltid trott på mig och för att när jag ringde dig och sa att jag skulle säga upp mig som IT-konsult och börja läsa litteraturvetenskap istället, att du inte med ens en darrning på rösten sa: Vad bra, du ska göra det du tycker är kul!, fast jag vet att du innerst inne tyckte att det var komplett galenskap.

Jag vill tacka Jennie Jonsén för att du alltid hållit bastun varm och bjudit på de bästa stunderna när huvvet har behövts kylas ner med kalla dopp. Tack Tina Semple för att du gjorde det till ett enkelt val att åka på kurs i Sydney, för att vi fick bo hos er och för att du aldrig är längre bort än ett telefonsamtal. Tack Linda Sandström för att du alltid orkar lyssna när jag behöver det. Och tack Timo Orre för avhandlingens fina omslag.

Erik och Frank, mitt hjärtas fröjd och glädje, ni är det absolut bästa jag har. Sorry för allt jobb senaste tiden.

Jag vill avsluta med att tacka några personer som betytt lite extra för mig i skrivandet av denna avhandling.

Maria Carbin, tack för att du tog dig tid att läsa och kommentera hela mitt manus i slutskedet. Och för att du alltid så generöst delar med dig av din kunskap och för att du också påminner om vikten av återhämtning. Och tack för att du är den enda som aldrig ledsnar på att lyssna och prata om blommor, frön och odling.

Ida Linander! Under avhandlingen skrivande har du gått från kollega till vän. Tack för att du alltid har min rygg och att du så frikostigt bjuder med mig i olika jobbprojekt. Tack för att du läste och kommenterade hela kappan efter slutseminariet. Men mest av allt tack för de ändlösa timmarna på gymmet! De

har hållit både ryggen och huvvet i ordning och gjort mig starkare på så många sätt.

Mitt största tack till Marcus Lauri. Utan dig ingen avhandling. Tack för att du så generöst och mer än någon annan läst, kommenterat och tyckt till om vartenda lite ord i denna avhandling. För att du pekat ut brister och hejat på fastän jag vet att du inte alltid haft tid. Tack för att du alltid kliver upp på mornarna, städar, tvättar och håller ordning på saker som jag är sämst på. Och tack för att du alltid trott på och övertygat hävdad att det skulle bli en avhandling tillslut. Att leva med dig är det bästa jag vet.

Till mamma, som gick bort under avhandlingsskrivandet. Eller du försvann egentligen mycket tidigare än så. Jag vet att du hade varit stolt. Det sista klara du sa till mig efter år i demensdimmorna, bara några veckor innan du dog, samtidigt som du tittade rakt på mig var: Hur går det med avhandlingen då? Sen försvann du igen innan jag hann svara. Mamma det går bra, den är klar nu.

Referenser

- Allahyari, Rebecca Anne (2000). *Visions of charity: Volunteer workers and moral community*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Alnebratt, Kerstin och Rönnblom, Malin (2016). *Feminism som byråkrati: jämställdhetsintegrering som strategi*. Stockholm: Leopard.
- Andersson, Jenny (2009). Nordic nostalgia and Nordic light: The Swedish model as Utopia 1930–2007. *Scandinavian Journal of History*, 34:3, ss. 229–245.
- Arnesson, Johanna (2018). *Fashionable politics: the discursive construction of ethical consumerism in corporate communications, news media, and social media*. Diss. Göteborg : Göteborgs universitet, 2018.
- Bacchi, Carol Lee (1999). *Women, Policy and Politics: The Construction of Policy Problems*. London: Sage.
- Bacchi, Carol Lee (2009). *Analysing Policy: What's the Problem Represented To Be?* Frenchs Forest, N.S.W.: Pearson. Cambridge University Press.
- Banet-Weiser, Sarah (2012). *Authentic TM: the politics of ambivalence in a brand culture*. New York, NY: New York University Press.
- Banet-Weiser, Sarah (2018). *Empowered: popular feminism and popular misogyny*. Durham: Duke University Press.
- Banet-Weiser, Sarah (2018a). Postfeminism and Poular feminism. *Feminist Media Histories*, 4:2, pp. 152–156.
- Banet-Weiser, Sarah; Gill, Rosalind; Rottenberg, Catherine (2019). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. *Feminist Theory*, 21:1, pp. 3–24.
- Barkman, Henric (2014). *Barriärer och broar för hållbar konsumtion: fyra typer av medborgarkonsumenter och möjligheterna för deras engagemang*. Licentiatavhandling Stockholm : Stockholms universitet, 2014.

Barnett, Clive, Cloke, Paul, Clarke, Nick, and Malpass, Alice (2005). Consuming ethics: Articulating the subjects and spaces of ethical consumption. *Antipode*, 37:1, pp. 23–45.

Bauman, Zygmunt (1998). *Work, consumerism and the new poor*. Buckingham: Open University Press.

Binkley, Sam (2008). Liquid consumption. *Cultural Studies*, 22:5, pp. 599–623.

Björk, Nina (2000). *Sireners sång: tankar kring modernitet och kön*. [Ny utg.] Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Bowman, Dina (2009). Studying up, down, sideways and through: Situated research and policy networks. *The future of sociology*, The annual conference of The Australian Sociological Association, Canberra, Australian National University.

Broom, Alex, Hand, Kelly, & Tovey, Philip (2009). The role of gender, environment and individual biography in shaping qualitative interview data. *International Journal of Social Research Methodology*, 12, pp. 51–65.

Brown, Wendy (2015). *Undoing the demos: neoliberalism's stealth revolution*. First Edition New York: Zone Books.

Carbin, Maria; Overud, Johanna och Kvist, Elin (2017). *Feminism som lönearbete: om den svenska arbetslinjen och kvinnors frigörelse*. Stockholm: Leopard förlag.

Chang, Wei-Yuan and Glynos, Jason. (2011). Ideology and politics in the popular press: The case of the 2009 UK MPs' expenses scandal. In: Dahlberg, Lincoln & Phelan, Sean (red.) (2011). *Discourse theory and critical media politics*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 106–127.

Davidson, Mark (2010). Social Sustainability and the City, *Geography Compass*, 4:7, pp. 872–880.

Dean, Jodi (2008). Enjoying neoliberalism. *Cultural Politics*, Vol 4:1, pp. 47–72.

DN (2018). “Damberg satsar 150 miljoner på socialt entreprenörskap” (<https://www.dn.se/ekonomi/global-utveckling/damberg-satsar-150-miljoner-pa-socialt-entreprenorskap/>) (Retrieved 2020-03-09).

- Dosekun, Simidele (2015). For Western Girls Only? Post-Feminism as Transnational Culture. *Feminist Media Studies*, 15:6, pp. 960–975.
- Douglas, Susan (1995). *Where the Girls Are: Growing up Female with the Mass Media*. New York: Three Rivers.
- Duncombe, Jean and Jessop, Julie (2002). 'Doing rapport' and the ethics of 'faking friendship'. In: Mauthner, Melaine, Birch, Maxine, Jessop, Julie and Miller, Tina (Eds.), *Ethics in Qualitative Research*, London: Sage. pp. 107–122.
- Durham, Meenakshi Gigi och Kellner, Douglas (red.) (2012). *Media and cultural studies: keyworks*. 2., [rev.] ed. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Eduards, Maud (2002). *Förbjuden handling: om kvinnors organisering och feministisk teori*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi.
- Eisenstein, Hester (2005). A Dangerous Liaison? Feminism and Corporate Globalization. *Science and Society*, 69: 3, pp. 487–518.
- Eisenstein, Hester (2009). *Feminism seduced: how global elites use women's labor and ideas to exploit the world*. Boulder: Paradigm Publishers.
- Eisenstein, Hester (2017). Hegemonic feminism, neoliberalism and womenomics: 'empowerment' instead of liberation? *new formations: a journal of culture/theory/politics*, Volume 91, 2017, pp. 35–49.
- Fahlgren, Siv och Sjöstedt Landén, Angelika (2014). När genusforskningen blir ett hot mot jämställdheten : En diskursanalys av en debattartikel. *Tidskrift för Genusvetenskap*, : 1, ss. 7–26.
- Fahlgren, Siv; Giritli Nygren, Katarina och Johansson, Anders (2016). *Utmaningar: feminismens (o)möjlighet under nyliberalismen*. Malmö: Universus Academic Press.
- Fahlgren, Siv, Mulinari, Diana och Sjöstedt Landén, Angelika (red.) (2016). *Ambivalenser och maktordningar: feministiska läsningar av nyliberalism*. Stockholm: Makadam.
- Farris, Sara och Rottenberg, Catherine (2017). Introduction: Righting Feminism. *new formations: a journal of culture/theory/politics*, Volume 91, 2017, pp. 5–15.

- Fontenelle Arruda, Isleide (2010). Global responsibility through consumption? *Critical perspectives on international business*, 6:4, 256–272.
- Foucault, Michel (2007). *Security, territory, population: lectures at the Collège de France, 1977-1978*. New York: Picador USA.
- Fraser, Nancy (1990). The Uses and Abuses of French Discourse Theories for Feminist Politics. *Boundary*, Vol. 17, No. 2, pp. 82–101.
- Fraser, Nancy (2009). Feminism, capitalism and the cunning of history. *New Left Review*. Nr: 56, pp. 97–117.
- Fraser, Nancy (2013). *Fortunes of feminism: From state-managed capitalism to neoliberal crisis*. London: Verso.
- Genz, Stephanie (2017). ‘I have work... I am busy... trying to become who I am’: Neoliberal girls and recessionary postfeminism. In: Nash M and Whelehan I (eds) *Reading Lena Dunham’s Girls: Feminism, Postfeminism, Authenticity, and Gendered Performance in Contemporary Television*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp.18–34.
- Gibson-Graham, J. K. (1996). *The end of capitalism (as we knew it): a feminist critique of political economy*. Cambridge, Mass.: Blackwell Publishers.
- Gibson-Graham, J.K (2000). Poststructuralist intervention. In: Sheppard, Eric & Barnes, Trevor J. (red.) (2000). *A companion to economic geography*. Oxford: Blackwell. pp. 95–110.
- Gibson-Graham, J.K. (2006). *A postcapitalist politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gibson-Graham, J. K. (2008). Diverse Economies: Performative Practices for Other Worlds'. *Progress in Human Geography*, 32:5, pp. 613–632.
- Gibson-Graham, J. K., Cameron, Jenny & Healy, Stephen. (2013). *Take back the economy: an ethical guide for transforming our communities*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Gill, Rosalind (2007). Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility, *European Journal of Cultural Studies*, 10:2, pp. 147–166.
- Gill, Rosalind (2016). Post-postfeminism?: new feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist media studies*, 16:4, pp. 610–630.

Gill, Rosalind (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on, *European Journal of Cultural Studies*, 20:6, pp. 606–626.

Glynos, Jason (2001). The grip of ideology: A Lacanian approach to the theory of ideology. *Journal of Political Ideologies*, 6:2, 191–214.

Glynos, Jason (2011). Fantasy and identity in critical political theory. *Filozofski Vestnik*, 32:2, pp. 65–88.

Glynos, Jason och Howarth, David (2007). *Logics of critical explanation in social and political theory*. London: Routledge.

Glynos, Jason and Stavrakakis, Yannis (2008). Lacan and the political subjectivity: Fantasy and enjoyment in psychoanalysis and political theory. *Subjectivity*, 2008(24), pp. 256–274.

Goldman, Robert, Heath, Deborah and Smith, Sharon L. (1991). Commodity Feminism. *Critical Studies in Mass Communication*, 8:3, pp. 333–351.

Goodman, Michael K. (2004). Reading fair trade: Political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods. *Political Geography*, 23, pp. 891–915.

Griffiths, Peter (2012). Ethical objections to Fairtrade. *Journal of Business Ethics*, 105:3, pp. 357–373.

Guillemin, Marilys and Gillam, Lynn (2004), Ethics, reflexivity, and 'ethically important moments' in research. *Qualitative Inquiry*, 10:2, pp. 261–280.

Gunnarsson Payne, Jenny (2006). *Systerskapets logiker: en etnologisk studie av feministiska fanzines*. Diss. Umeå : Umeå universitet, 2006.

Gunnarsson Payne, Jenny (2012). Diskursetnologiska utmaningar. Från politisk teori till empirinära kulturforskning – och vidare. *Kulturella perspektiv*. Nr 3-4. ss. 7–14.

Gunnarson Payne, Jenny (2020). "Women as 'the people'. Reflections on the Black Protests as a counterforce against right-wing and authoritarian populism". *Baltic Worlds*. January 2020. Vol. XIII:1, pp. 6–20.

Gunnarsson Payne, Jenny, Tornhill Sofie (2019). ¿Atrapadxs entre el neoliberalismo y el populismo autoritario? : Movilización iliberal, feminismo

corporativo y crítica anticapitalista, In: *Feminismos y populismos del siglo XXI: frente al patriarcado y al orden neoliberal* / [ed] Graciela di Marco, Ana Fiol & Patricia K. N. Schwartz, Buenos Aires: Teseo , 2019, 1.

Halley, Janet E., Kotiswaran, Prabha, Rebouché, Rachel & Shamir, Hila (2018). *Governance feminism: an introduction*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Healy, Stephen (2010). Traversing fantasies, activating desires: Economic geography, activist research, and psychoanalytic methodology. *The Professional Geographer*, 62:4, pp. 496–506.

Hearn, Alison (2012). Brand me 'activist'. I: Roopali Mukherjee and Sarah Banet-Weiser, eds. *Commodity activism: Cultural resistance in neoliberal times*. New York: New York University Press, pp. 23–38.

Hobson, Barbara (2006). The Evolution of the Women-friendly State: Opportunities and Constraints in the Swedish Welfare State. In: Razavi S., Hassim S. (eds) *Gender and Social Policy in a Global Context. Social Policy in a Development Context*. Palgrave Macmillan, London. pp. 151-172.

Howarth David (2005). Applying Discourse Theory: the Method of Articulation. I: Howarth David, Torfing Jacob (eds) *Discourse Theory in European Politics* (pp. 316–349). Palgrave Macmillan, London.

Howarth, David R. (2007). *Diskurs*. 1. uppl. Malmö: Liber.

Innovationsrådet (2013). *Att tänka nytt för att göra nytta: om perspektivskiften i offentlig verksamhet : slutbetänkande*. Stockholm: Fritze.

Irigaray, Luce (1985). *This sex which is not one*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.

Johansson Wilén, Evelina (2018). Kritik under den nyliberala ordningen: politisk parals eller potential? Kritiska subjekt och kritikens (a)politiska karaktär. *Tidskrift för Genusvetenskap*, 39:2-3, ss. 69–89.

Johansson Wilén, Evelina (2019). *Mellan jaget & världen: feminism & etik under nyliberala villkor*. Diss. Göteborg : Göteborgs universitet, 2019.

Johansson Wilén, Evelina; Palmqvist, Lina; Sundhall, Jeanette (2019). Snåriga sårbarheter i nyliberala tider, *Tidskrift för genusvetenskap*, 40:1, ss. 51–70.

Kantola, Johanna och Squires, Judith (2012). From state feminism to market feminism?. *International Political Science Review / Revue internationale de science politique*. 33:4, pp. 382–400.

Karjalainen, Katri and Moxham, Claire (2013). Focus on Fairtrade: Propositions for integrating Fairtrade and supply chain management research. *Journal of Business Ethics*, 116:2, pp. 267–282.

Kingsbury, Paul (2003). Psychoanalysis, a gay spatial science? *Social and Cultural Geography* 4:3, pp: 347–67.

Korolczuk, Elzbieta och Graff, Agnieszka (2018). Gender as ‘Ebola from Brussels’: The Anticolonial Frame and the Rise of Illiberal Populism, *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 43(4), pp. 797–821.

Kuhar, Roman och Paternotte, David (red.) (2017). *Anti-gender campaigns in Europe: mobilizing against equality*, London: Rowman & Littlefield International, Ltd.

Lacan, Jacques. (1993). *The seminar of Jacques Lacan. Book 3, The psychoses: 1955–1956*. Cambridge: Routledge.

Lacan, Jacques (1996). *Écrits: Spegelstadiet och andra skrifter*. Borås: Natur och Kultur.

Laclau, Ernesto (1990). *New Reflections on the Revolution of Our Time*. London: Verso.

Laclau, Ernesto (1996). *Emancipation(s)*. London: Verso.

Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal (1985). *Hegemony & socialist strategy*. London: Verso.

Laclau, Ernesto och Mouffe, Chantal (2008). *Hegemonin och den socialistiska strategin*. Göteborg: Glänta.

Lauri, Johanna (2019). Social movements, squatting and communality: ethical practices and re-subjectification processes. *Subjectivity* 12, pp. 154–170.

Lauri, Johanna och Bäckström, Hanna (2019). Coffee by women: the ‘duty of ethical enjoyment’, *Cultural Studies*, 33:5, pp. 866–887.

- Liinason, Mia (2018). *Equality struggles: women's movements, neoliberal markets and state political agendas in Scandinavia*. Abingdon, Oxon: Routledge, an imprint of the Taylor & Francis Group.
- Liinason, Mia och Cuesta, Marta (2016). *Hoppets politik: feministisk aktivism i Sverige idag*. Göteborg: Makadam.
- Lilja, Mona och Johansson Wilén, Evelina (2018). Feminism as Power and Resistance: An Inquiry into Different Forms of Swedish Feminist Resistance and Anti-Genderist Reactions. *Social Inclusion*, 6:4, pp. 82–94.
- Lindster Norberg, Eva-Lena (2016). *Hur ska du bli när du blir stor?: en studie i svensk gymnasieskola när entreprenörskap i skolan är i fokus*. Diss. (sammanfattning) Umeå : Umeå universitet, 2016.
- Littler, Jo (2009). *Radical consumption: Shopping for change in contemporary culture*. Maidenhead: Open University Press/McGraw-Hill Education.
- Littler, Jo (2012). Good housekeeping: Green products and consumer activism. In: Roopali Mukherjee and Sarah Banet-Weiser, eds. *Commodity activism: Cultural resistance in neoliberal times*. New York: New York University Press, pp. 76–92.
- Ljung, Margareta (1995). *Lyft jorden mot himlen: växande i kvinnogrupper och kvinnliga nätverk*. Carlsson.
- Lumby Catharine (2011). Past the post in feminist media studies. *Feminist Media Studies* 11:1, pp. 95–100.
- Madra, Yahya (2007). *Late neoclassical economics: Theoretical humanism in contemporary mainstream economics*. PhD dissertation, Department of Economics, University of Massachusetts, Amherst, MA.
- Manns, Ulla (2000). Så skriver vi historia: den svenska kvinnorörelsen ur ett historiografiskt perspektiv. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*. 21:4, ss. 5–27.
- Martinsson, Lena (2009). Social mångfald? Om förutsägbar bildning och om demokrati som sätter värden på spel. *Tidskrift för genusvetenskap*, Nr: 2009:1. ss. 43–60.
- Martinsson, Lena (2016). Den aktiv/istiska företagaren. I: Fahlgren, Siv, Mulinari, Diana & Sjöstedt Landén, Angelika (red.) (2016). *Ambivalenser och*

maktordningar: feministiska läsningar av nyliberalism (pp. 184–214). Stockholm: Makadam.

Martinsson, Lena (2020). When gender studies becomes a threatening religion. *European Journal of Women's Studies*, 27:3, 293–300.

Martinsson, Lena; Griffin, Gabriele och Giritli Nygren, Katarina (red.) (2016). *Challenging the myth of gender equality in Sweden [Elektronisk resurs]*. Bristol: Policy Press.

Mazzei, Julie, och O'Brien, Erin E. (2009). You got it, so when do you flaunt it?: Building rapport, intersectionality, and the strategic deployment of gender in the field. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38, pp. 358–383.

McRobbie, Angela (2009). *The aftermath of feminism: gender, culture and social change*. London: SAGE.

Micheletti, Michele (2003). *Political virtue and shopping: Individuals, consumerism, and collective action*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Micheletti, Michele and Stolle, Dietlind (2008). Fashioning social justice through political consumerism, capitalism, and the internet. *Cultural Studies*, 22:5, pp. 749–769.

Moi, Toril (2004). From Femininity to Finitude: Freud, Lacan, and Feminism, Again. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, vol. 29, no. 3. pp: 841–878.

Mouffe, Chantal (red.) (1992). *Dimensions of radical democracy: pluralism, citizenship, community*. London: Verso.

Mukherjee, Roopali and Banet-Weiser, Sarah (eds.) (2012). *Commodity activism: Cultural resistance in neoliberal times*. New York: New York University Press.

Mötesplats Social innovation (2020). <https://socialinnovation.se/fullsatt-smart-samtal-om-social-innovation/>. Hämtad 2020-02-07.

Oksala, Johanna (2011). The Neoliberal Subject of Feminism. *Journal of the British Society for Phenomenology*, 42:1, pp. 104–120.

Olivius, Elisabeth; Rönnblom, Malin (2017). Feminism i företagsform? Konsultbranschen som en arena för jämställdhetsarbete.

Tidsskrift for kjønnsforskning, Oslo: Universitetsforlaget 2017, Vol. 41:1, pp. 73–94.

Olivius, Elisabeth; Rönnblom, Malin (2019). In the business of feminism: consultants as Sweden's new gender-equality workers. *European Journal of Politics and Gender*, 2:1, pp. 75–92.

Pálmadóttir, Valgerður (2018). *Perplexities of the personal and the political: how women's liberation became women's human rights*. Diss. Umeå : Umeå universitet, 2018.

Palmström, Johanna; Eduards, Maud; Jansson, Maria; Wendt, Maria och Åse, Cecilia (2012). *Det heter feminism!: 20 anspråksfulla förslag för att förändra världen*. Stockholm: Hallongrottan och Feministiskt Perspektiv.

Regeringen (2018). "Regeringens strategi för socialt företagande och sociala innovationer". Diarienummer: N2018/00710/FF.
https://www.regeringen.se/491b2f/contentassets/of9a51b89db64c7490d310a9b05dee19/2018_sociala-foretag.pdf.

Regeringen (2019). "Informationsblad Feministisk regering mars 2019: Jämställdhet – en självklarhet i ett modernt välfärdssamhälle, för rättvisa och ekonomisk utveckling".
<https://www.regeringen.se/4938a2/globalassets/regeringen/bilder/socialdepartementet/tidigare-politikomraden-och-politiker/jamstalldhet/feministisk-regering/informationsblad-feministisk-regering-mars-2019.pdf> (Hämtad 2020-04-30).

Regeringen (2000). "Regeringens skrivelse 1999/2000:24, Jämställdhetspolitiken inför 2000-talet".

Retallack Hanna, Ringrose Jessica och Lawrence Emelie (2016). "Fuck your body image": Teen girls' Twitter and Instagram feminism in and around school. I: Coffe Julia, Budgeon Shelley och Cahill Helen (eds) *Learning Bodies: The Body in Youth and Childhood Studies*. New York: Springer. pp. 85–103.

Ritchie, Jane, Jane Lewis, Carol McNaughton Nicholls & Rachel Ormston (2014). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. (2nd ed.) Los Angeles, CA: Sage.

Roberts Adrienne (2015). The Political Economy of "Transnational Business Feminism". *International Feminist Journal of Politics*, 17:2, pp. 209–231.

- Roberts Adrienne (2016). The limitations of transnational business feminism: the case of gender lens investing. *Soundings: A journal of politics and culture*, Issue 62, Spring 2016, pp. 68–83.
- Rottenberg, Catherine (2013). The Rise of Neoliberal Feminism. *Cultural Studies*, 28:3, pp. 418–437.
- Rubin, Herbert J. och Irene S. Rubin (2005). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*. (2nd ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ryan, Maureen E. (red.) (2018). *Emergent feminisms - complicating a postfeminist media culture*. Taylor & Francis Inc.
- Rönblom, Malin (2002). *Ett eget rum?: kvinnors organisering möter etablerad politik*. Diss. Umeå : Univ., 2002.
- Sainsbury, Diane (1996). *Gender, equality, and welfare states*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Schmitz, Eva (2007). *Systerskap som politisk handling: kvinnors organisering i Sverige 1968 till 1982*. Diss. Lund : Lunds universitet, 2007.
- Schwartz-Shea, Peregrine och Yanov, Dvora (2012). *Interpretive research design: concepts and processes*. New York: Routledge.
- Scott, Joan Wallach (2011). *The fantasy of feminist history*. Durham: Duke University Press.
- Sedgwick, Eve Kosofsky (1993). *Tendencies*. Durham: Duke University Press.
- Sjöstedt Landén, Angelika (2012). Fantasi som diskursteoretiskt begrepp och etnologiskt blickfång, *Kulturella perspektiv*, 2012:3–4, årg. 21, ss. 77–83.
- Smith, Sally (2010). For love or money? Fairtrade business models in the UK supermarket sector. *Journal of Business Ethics*, 92:2, pp. 257–266.
- Stavrakakis, Yannis (1999). *Lacan and the political*. London: Routledge.
- Stavrakakis, Yannis (2007). *The Lacanian left: psychoanalysis, theory, politics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Stavrakakis, Yannis (2011). Lacanian theory: Ideology, enjoyment, and the spirits of capitalism. In: Delanty, Gerard and Turner, Stephen P. (Eds.),

Routledge international handbook of contemporary social and political theory. Abingdon, Oxon: Routledge. pp: 66–77.

Stolle, Dietlind och Micheletti, Michele (2013). *Political consumerism: global responsibility in action.* New York: Cambridge University Press.

Streijffert, Helena (1983). *Studier i den svenska kvinnorörelsen.* Diss. Göteborg : Univ.

Sveland, Maria (2013). *Hatet: en bok om antifeminism.* Stockholm: Leopard.

Svenska institutet (2012). *Den svenska modellen: Synen på den svenska samhällsmodellens relevans i omvärlden.* Stockholm: Svenska institutet.

Svärd, Per-Anders (2011). Fienden i fantasin. Psykoanalytiska bidrag till ideologikritiken. *Fronesis*, Nr. 36-37, Kritik, ss. 258-271.

Syssner, Josefina (2011). Staden i världen, i Engström, C.J. (red.) *Urbaniserad värld. Nya steg mot hållbara städer.* Stockholm: Global utmaning.

Tasker, Yvonne och Negra, Diane (red.) (2007). *Interrogating postfeminism: gender and the politics of popular culture.* Durham: Duke University Press.

Thompson, Stacy (2012). The micro-ethics of everyday life: ethics, ideology and anti-consumerism. *Cultural studies*, 26:6, pp. 895–921.

Tollin, Katharina (2011). *Sida vid sida: en studie av jämställdhetspolitikens genealogi 1971-2006.* Diss. Stockholm : Stockholms universitet, 2011.

Tornhill, Sofie (2010). *Capital visions: the politics of transnational production in Nicaragua.* Diss. Stockholm : Stockholms universitet, 2010.

Tornhill, Sofie (2016). “A bulletin board of dreams”: corporate empowerment promotion and feminist implications. *International Feminist Journal of Politics*, 18:4, pp. 528–543.

Tornhill, Sofie (2019). *The business of women's empowerment: corporate gender politics in the global south.* London: Rowman & Littlefield International.

Towns, Ann (2002). Paradoxes of (In)Equality: Something is Rotten in the Gender Equal State of Sweden. *Cooperation and Conflict* 37:2, pp. 157–179.

Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet. Tillgänglig på Internet:

http://www.gu.se/digitalAssets/1268/1268494_forskningsetiska_principer_2002.pdf.

Vinnova (2020). <https://www.vinnova.se> (Hämtad 2020-04-30).

Wennemo, Irene (2014). *Det gemensamma: om den svenska välfärdsmodellen*. Stockholm: Premiss.

Wheeler, Kathryn (2012). 'Change today, choose Fairtrade': Fairtrade Fortnight and the citizen-consumer. *Cultural Studies*, 26:4, pp. 492–515.

Whelehan Imelda (2010). Remaking feminism: Or, why is postfeminism so boring? *Nordic Journal of English Studies* 9:3, pp. 155–172.

Williamson, Judith (1978). *Decoding advertisements: ideology and meaning in advertising*. London: Boyars.

Wright, Elizabeth (2000). *Lacan and postfeminism*. Cambridge: Icon.

Yanow, Dvora och Schwartz-Shea, Peregrine (2006). *Interpretation and method: Empirical research methods and the interpretive turn*. New York, NY: Routledge.

Zick Varul, Matthias (2008). Consuming the campesino. *Cultural Studies*, 22:5, pp. 654–679.

Žižek, Slavoj (1989). *The sublime object of ideology*. London: Verso.

Žižek, Slavoj (1990). Beyond discourse-analysis. In: *New reflections on the revolution of our Time*. London & New York: Verso. pp: 249–260.

Žižek, Slavoj (2001). *Ideologins sublima objekt*. Göteborg: Glänta.

