



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR KULTURVETENSKAPER

VANDRING I SKRÄCKENS TECKEN

En semiotisk analys av Jack the Ripper-vandringar

Författare: Josefin Pettersson

Kandidatuppsats: 15 hp
Kulturanalys: Fördjupningskurs, KAY130
Nivå: Grundnivå
Termin/år: Ht 2015
Handledare: Thomas Bossius
Examinator: Åsa Andersson

Abstract

Kandidatuppsats:	15 hp
Kulturanalys:	Fördjupningskurs, KAY130
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2015
Handledare:	Thomas Bossius
Examinator:	Åsa Andersson
Nyckelord:	semiotik, morbidityturism, postmodernitet, skräckvandring

The aim of this essay is to examine the communication of two different websites which belongs to two different companies that offers Jack the Ripper walking tours. These tours are a kind of horror walk that takes place in Whitechapel, London, and departs multiple times a day, almost every day the year around.

One of the theoretical approaches is the term morbid tourism in conjunction with the theory about postmodernity. Postmodernity and morbid tourism can be seen as two interlinked concepts that can help to explain why many people today are interested in travelling in other peoples suffering and death. The other theoretical approach is about the postmodern societies relationship to death, which can be discussed by how people in different ways relate to it. The third theoretical approach is about myths and how they operate in different contexts. The method used in this essay is primarily a semiotic analysis of the communication of the walks, where I mainly use the analysis levels denotation and connotation to try to reveal what the websites use to attract tourists to participate in their particular activity.

The results when it comes to the semiotic analysis can be split into different themes such as *color*, *horror*, *the 19th century East End* and *mystery and unfinished business*. These themes are primarily what the companies focus on when they try to draw eyes to their websites. When it comes to morbid tourism and postmodernity many of us tend to pick our trips based on what we can't reach in our every day lives. Today, we live *with* death in different ways, much because of media, and the media is also the place where various tourist attractions usually are communicated.

Innehållsförteckning

Inledning.....	1
Utgångspunkt.....	1
Undersökningsfokus.....	2
Bakgrund.....	2
Mytbildning.....	3
Kulturarvsaspekt.....	3
Syfte.....	4
Teori.....	4
Det postmoderna samhällets relation till döden.....	4
Morbidityturism och postmodernitet.....	6
Myter.....	8
Tidigare forskning.....	10
Forskningsöversikt.....	10
Kunskapsbidrag.....	14
Metod.....	15
Material.....	15
Avgränsningar.....	15
Semiotik.....	16
En kvalitativ studie.....	17
Forskningsetik och reflexivitet.....	18
Analys.....	19
<i>Ripper-vision</i>	19
<i>Ripping Yarns</i>	20
Svart som natten, rött som blod.....	21
Skräck.....	22
1800-talets East End.....	24

Mystik och oavslutade ärenden.....	25
Myten om Jack the Ripper.....	26
Morbidturismen och vår samtid.....	30
Att leva med döden.....	32
Kulturarvets närvaro.....	35
Avslutande diskussion.....	37
Källförteckning.....	40
<i>Tryckta källor</i>	40
<i>Artiklar</i>	40
<i>Internetkällor</i>	40

Inledning

"Prepare yourself for a terrifying experience you'll never forget by joining us on the greatest Jack the Ripper tour in town!"¹

I inledningen avser jag att redogöra för min utgångspunkt och min motivation till ämnet, samt presentera mitt undersökningsfokus. Jag kommer även att introducera läsaren genom att skriva fram en kort bakgrundshistoria som löper vidare till den mytbildning som uppstått kring ämnet. Därefter avser jag att redogöra för studiens kulturarperspektiv och slutligen kommer jag att presentera syftet med studien.

Utgångspunkt

Uppsatsen tar sin utgångspunkt i historien och mytbildningen kring seriemördaren Jack the Ripper som i slutet av 1800-talet mördade ett antal prostituerade kvinnor i stadsdelen Whitechapel i östra London. Många har säkert hört talas om denna numera mytomspunne mördare, och många har säkert också stött på honom i diverse populärkulturella sammanhang. Studiens fokus är centrerat till de olika Jack the Ripper-vandringar som nu för tiden anordnas nästintill varje dag i Whitechapel. Aktiviteten drar många turister och genom att delta i vandringarna går besökarna i *Jack the Rippers fotspår*, då de slussas från mordplats till mordplats. Flera olika företag anordnar vandringar parallellt och därmed finns ett stort utbud att välja bland för den som är intresserad. Ett av företagen kallar sig för *Ripping Yarns* och på deras hemsida går bland annat att läsa följande: ”Your guide will take you on a journey through the streets of Whitechapel, on the trail of Jack the Ripper. This will be backed up by crime scene photographs, letters, historical evidence and the use of hand held projectors for the darker nights!”²

Den 26 augusti 2015 deltog jag själv i en Jack the Ripper-vandring, vilket har bidragit till mitt ämnesval. Jag har länge varit intresserad av 1800-talets London och Jack the Ripper, men under vandringen blev jag än mer fascinerad. Jag har inte för avsikt att varken göra reklam för eller recensera vandringen, utan jag ser mitt intresse som en extra motivation och inspiration genom hela studien. Jag är medveten om att personliga åsikter bör användas sparsamt i uppsatser, men jag väljer ändå att se just *intresset* som en tillgång, och inte någonting som nödvändigtvis bör störa uppsatsen som sådan. Forskare är alltid på ett eller annat sätt med och formar både sitt material och sin analys

1 *Ripping Yarns* <http://www.jack-the-ripper-tours.com/> (2015-12-09)

2 *Ripping Yarns* <http://www.jack-the-ripper-tours.com/> (2015-12-09)

och genom att ta tillvara mina egna erfarenheter av uppsatsämnet, hoppas jag att uppsatsen på något sätt kommer att kännas mer ”nära” och ”genuin” att läsa.³

Undersökningsfokus

Det är just vandringarna, eller snarare *kommunikationen* av dem, som jag kommer att undersöka då en del av syftet med studien är att ta reda på hur företagen som anordnar vandringarna väljer att förmedla sina turer. Denna form av turism passar in under turism-nischen *morbidturism* som anspelar på det mörka och hemska i vårt samhälle, så som död, krig, katastrofer etc, och lockar idag många turister.⁴ Det finns en efterfrågan på denna typ av verksamhet och det är även här förmedlandet av olika Jack the Ripper-vandringar kommer in. De finns för att människor vill delta, men samtidigt finns de också för att företagen och organisationerna som anordnar vandringarna har *gjort reklam* för dem, och därmed ”lockat” turisterna från början på ett eller annat sätt. Vad som kan vara värt att nämna är även att dessa attraktioner ofta har figurerat inom media och populärkulturen innan de gjorts till just platser för turism.⁵ Där har de gjorts bekanta inför publiken, som sedan har någonting att referera till då turism inom det specifika området erbjuds.

Bakgrund

Jack the Ripper är ett påhittat namn på den seriemördare som satte skräck i stadsdelen Whitechapel i Londons East End under slutet av 1888, genom att mörda ett antal prostituerade kvinnor.⁶ Whitechapel var i slutet av 1800-talet ett mycket fattigt kvarter och kallades av många för ”the Abyss”, *avgrunden*.⁷ Whitechapel och East End i allmänhet flödade av olika sjukdomar och bristen på jobb gjorde inte saken bättre. Speciellt inte för kvinnorna då de flesta jobb som fanns att tillgå uppehöll sig inom hamn- och byggindustrin. Många kvinnor hade då inget annat val än att befatta sig med den vitt utbredda prostitutionen, som också blev en del av vardagen.⁸ Jack the Rippers offer togs av daga på så vis att de först fick halsarna avskurna, varpå några av dem sedan fick sina organ och tarmar avlägsnade från kroppen. Än idag cirkulerar det i media bilder på offren tagna på bårhuset, som för många fortfarande frambringar kalla kårar. Mördarens identitet avslöjades heller aldrig, men det finns många teorier om vem det kan ha varit. Det tillkommer än idag ständigt nya

3 Ehn, Billy & Löfgren, Orvar (2012) *Kulturanalytiska verktyg* s.26

4 Blom, Thomas (1998) *Morbidturism: en postmodern marknadsnisch – från Lenin till Diana* s.20

5 Lennon, John & Foley, Malcolm (2000) *Dark Tourism – the attraction of death and disaster* s.5

6 Namnet *Jack the Ripper* uppkom då chefen för en nyhetsbyrå i London en dag i september 1888 fick ett vykort skickat till sig. Avsändaren hävdade att det var han som låg bakom mordet och undertecknade kortet med "*Yours truly, Jack the Ripper*". Rubinstein, William D. (2000) *The hunt for Jack the Ripper* s.2

7 Rubinstein, William D. (2000) *The hunt for Jack the Ripper* s.1

8 Rubinstein, William D. (2000) s.2

namn till den långa listan över misstänka och där finns namn på människor ifrån de flesta samhällsklasser representerade.⁹ I och med att ingen vet vem mördaren var och det faktum att han gick under detta beryktade namn, fortsätter fallet att fascinera och förbluffa oss än idag.

Mytbildning

De makabra händelserna i Whitechapel under slutet av 1888 har på grund av sitt unika slag blivit ett av de mest mytomspunna seriemordfallen som någonsin begåtts.¹⁰ Redan när nyheten om mordet var färsk spreds den via olika nyhetskanaler, till olika delar av världen och reviderades undan för undan. I ren försäljningsanda ville tidningarna presentera de mest uppseendeväckande nyheterna och var inte rädda för att själva anta rollen som detektiver och spä på myten om Ripper som redan hade börjat ta form.¹¹ Mordens bestialiska tillvägagångssätt och avsaknad av förövare var och är fortfarande faktorer som fått mycket uppmärksamhet. Följande citat kan beskriva den mytbildning som ännu omhuldar händelserna: ”*Jack the Ripper was never caught, but the murders he committed had far-reaching consequences. The murders have become urban myths, known all over the world even today, and have shaped the way the East End is imagined*”.¹² Det var bara en tidsfråga innan populärkulturen också skulle finna ett intresse i denna händelse. Många böcker och filmer har gjorts på temat och en uppmärksam filmatisering av historien är exempelvis filmen *From Hell*, från år 2001, med Johnny Depp och Heather Graham i huvudrollerna.

Kulturarvsaspekt

Den här uppsatsen präglas genomgående av ett kulturarvsperspektiv och ett kulturarv är, mycket kort sagt, någonting som äldre generationer har producerat, men som idag fått ”nytt” liv och nya tolkningar genom oss som lever nu. Ett kulturarv produceras genom att samtiden tillskriver platsen, objektet, historien etc. nya betydelser.¹³ Jack the Ripper-vandringarna, och kommunikationerna av dessa, kan på så sätt ses som ett kulturarv då denna historiska händelse idag fått ny betydelse och finns representerad i andra sammanhang. Denna typ av turism blir en del av vårt kulturarv eftersom ”*Iscensatta kulturarv har blivit lönsamma produkter i en växande upplevelseindustri*”.¹⁴ Att inom ordnade former resa tillbaka till ”en annan tid” är idag populärt och kan ses som en form av ”återbruk”. Denna aktivitet har stor betydelse för vårt samtida samhälle där historia värderas högt.

9 Rubinstein, William D. (2000) s.1

10 Rubinstein, William D. (2000) s.1

11 <http://www.museumoflondon.org.uk/files/8713/7043/0378/JacktheRipperandtheEastEnd.pdf> s.4

12 <http://www.museumoflondon.org.uk/files/8713/7043/0378/JacktheRipperandtheEastEnd.pdf> s.4

13 Eriksen, Anne; Garnert, Jan & Selberg, Torunn (2002) *Historien in på livet – Diskussioner om kulturarv och minnespolitik*. s.16

14 Eriksen, Garnert & Selberg (2002) s.33

Jag kommer utförligare att diskutera studiens kulturarvsperspektiv i den kommande analysen.

Syfte

Syftet med studien är att undersöka hur Jack the Ripper-vandringar kommuniceras via två olika hemsidor och vilka bakomliggande myter och symboler som går att finna i kommunikationen. Syftet är även att diskutera kring vad denna typ av turism kan säga om vårt samtid.

Teori

I det här kapitlet avser jag att presentera mitt teoretiska ramverk; vilka teorier jag har valt att använda mig av och hur jag utifrån olika utgångspunkter har tillämpat dessa på mitt material. Jag kommer även i anslutning till detta diskutera varför jag har valt angreppssättet i relation till respektive utgångspunkt.

Det postmoderna samhällets relation till döden

Begreppet postmodernitet är ett genomgående koncept i den här studien, framförallt i den kommande diskussionen kring det postmoderna samhällets relation till döden. När jag diskuterar detta har jag utgått från sociologen Zygmunt Baumans bok *Döden och odödligheten i den moderna samhället* från 1992. Postmoderniteten grundar sig i att vår existens inte endast bör ses som ett linjärt förlopp, utan som någonting som är ganska osäkert och ombytligt.¹⁵ Ingenting i livet kan ses som ”definitivt” och det finns inte heller någon stabil punkt att hålla sig fast vid. Postmoderniteten präglas av en ”öppen” tidsrymd utan fasta rötter eller sammanhang, vilket kan ses som en relativt *tom* tidsrymd; ett tomrum utan möjligheter till varken förankring och betryggande förbindelser.¹⁶ Människor tycks heller inte kunna finna varken mål eller mening i tillvaron, där någon ”äkta sanning” inte finns inom räckhåll; om en sådan nu går att nå överhuvudtaget. Denna brist på både sammanhang och ”äkthet” leder i många fall till att människor känner sig rotlösa och förvirrade, vilket kan ge upphov till en större längan efter en kollektiv gemenskap. Detta beskriver Bauman som den ”postmoderna gemenskapsjakten” och hänvisar till olika gemenskaper så som exempelvis en fotbollspublik eller en publik på en rockfestival.¹⁷ I det postmoderna samhället går heller ingenting egentligen att *slutföra* då ”ytterligare djup” kan skönjas bakom det vi redan vet. Det blir ett evigt sökande och ett definitivt svar på saker och ting går därmed alltså inte att nå. För att citera

15 Bauman, Zygmunt (1992) *Döden och odödligheten i det moderna samhället* s.209

16 Bauman, Zygmunt (1992) s.228

17 Bauman, Zygmunt (1992) s.246

Zygmunt Bauman: ”Denna värld lovar ingen trygghet men inte heller någon vanmakt; den erbjuder varken visshet eller förtvivlan; bara glädjen över det rätta draget och besvikelsen över det misslyckade.”¹⁸ Vilken tid postmoderniteten kan sägas dominera samhället är svårt att svara på då det egentligen inte går att ange med exakta årtal. Bauman anger heller inga direkta årtal eller hintar om när postmoderniteten egentligen började då sådana processer sker gradvis över tid.

Att vi någon gång kommer att dö vet alla, och det har vi också vetat i alla tider. De flesta människor är inte helt tillfreds med detta faktum och själva vetskapen om dödligheten kan därmed ge upphov till både ångest och frustration. Denna ångest försöker vi på olika sätt att dämpa genom att *hantera* döden på olika sätt. Hanteringarna kan ses, om inte som ett sätt att övervinna dödligheten, så åtminstone som ett sätt att för ett ögonblick *tränga undan* tanken på vår framtida död. I det postmoderna samhället sker detta på olika sätt, där livet blir en ständig kamp mot olika sorters problem. Döden finns idag bland oss hela tiden, framförallt genom massmedia, vilket betyder att vi *ständigt* måste hantera den. Döden har blivit vår vardag och tanken på att vi någon gång ska dö skjuts ständigt upp.¹⁹ Vi lever i *nuet* där morgondagen är en annan dag som vi idag inte kan styra över. Det som är aktuellt idag behöver inte vara det imorgon. Vi har även en tendens att dela upp våra liv i olika små avsnitt, eller ”episoder”, för att på så vis lättare kunna leva i *nuet* och ta en dag i taget, utan alltför framträdande tankar på vad som komma skall. Även om vi vet att vi någon gång ska dö vill vi ändå undvika att tänka på det. Livets flyktighet är en del av vår vardag, där vår tillvaro ständigt fylls av tillfälliga hållplatser, utan garantier för att någonting kommer att vara för evigt.²⁰ Våra numera rörliga liv bidrar även till vi inte fäster oss lika mycket vid olika platser eller saker. Vi är vana vid skilsmässor och avsked, vilket kan ses som en ”förberedelse” inför vårt definitiva avslut. Det postmoderna samhället kan enligt Bauman ses som ett samhälle som ”dagligen repeterar dödligheten” på olika sätt, då relationen mellan människorna och samhället präglas av både en förgänglighet och olika former av förlust.²¹

Det postmoderna samhällets relation till döden är relevant i den här studien eftersom många företag, myndigheter, privatpersoner etc. idag strävar efter att ”odödliggöra” det mesta. Bevarande, dokumenterande och repeterande är dagliga praktiker i många människors liv och även många företag använder sig av detta i exempelvis skapandet av olika kulturella turistattraktioner som bygger på en tanke om ett bevarande och återberättande av olika händelser och epoker. Ett

18 Bauman, Zygmunt (1992) s.231

19 Bauman, Zygmunt (1992) s.216

20 Bauman, Zygmunt (1992) s.233

21 Bauman, Zygmunt (1992) s.245

”återvinnande” av historien har blivit en central postmodern praktik, där bitar ur historien ständigt plockas upp och används till något nytt.²² Så är åtminstone fallet med den stora mängd Jack the Ripper-vandringar som finns att tillgå, vilka har blivit till en form av turistattraktion med historisk anknytning. Den här studien bygger dock inte på själva vandringarna, utan på *kommunikationen* av dem, vilket även speglar hur en bitar av historien omvandlats och blivit till föremål för reklam, och i slutändan *försäljning*. Postmoderniteten karaktäriseras även av både ombytlighet och flyktighet, vilket gör att många saker, företeelser, berättelse etc. har svårt att hålla sig kvar i rampljuset. Även detta är centralt vad gäller vandringarna då företagen som ”tävlar” om besökarna ständigt måste se till att locka dem på bästa möjliga sätt.²³

Morbidturism och postmodernitet

Morbidturism är en turismnisch med fokus på olika former av död och lidande, och knyter an till det mörka och hemska i vårt samhälle och i vår historia. Morbidturismen är på många olika sätt sammanlänkad med konceptet om postmodernitet, där nischen kan ses som en aktivitet karaktäriserad av det nutida samhället. Postmodernitetens plats i den här studien grundar sig alltså i en tanke om dess förbindelse med hur många människor väljer att turista idag. Framförallt kan kopplingarna göras i relation till den nutida människans längtan efter att söka nya, spännande upplevelser.²⁴ Människan i det postmoderna samhället eftersträvar omväxling och variation i tillvaron, där morbidturismen kan ses som en aktivitet som kan tillfredsställa detta. Att delta i morbidturistiska aktiviteter kan även ses som sysselsättning som kan tillgodose det vardagen **inte** kan erbjuda. Trots vårt morbidturistande i diverse makabra hemska vill vi ändå känna att vi kan vara *trygga* när vi reser. Trygghetsbehovet är viktigt för de flesta, viken typ av skrämmande aktivitet vi än deltar i. Vi *vill* betrakta det morbida och hemska, men helst *bakom* det skyddande plexiglas. Kopplingarna mellan postmodernitet och morbidturism kan även skönjas i debatten kring vad som anses vara ”verkligt” och inte. Många turistattraktioner bygger på omgjorda eller icke-autentiska objekt och händelser, vilket kan anses gå emot människans strävan efter att finna äkta mening och ”sanning” i livet. Men å andra sidan accepterar dagens turister ändå att attraktionerna faktiskt bara är en *produkt*, och nöjer sig på många plan med det.²⁵ Vi är idag trots allt vana vid att många saker endast är simuleringar och kopior. Morbidturismen kan också beskrivas som en typ av ”postturism” i relation till hur den postmoderna människan väljer att resa. Framförallt handlar det om att dagens turister har många olika resmål att välja bland, samt chansen att

22 Bauman, Zygmunt (1992) s.214

23 Bauman, Zygmunt (1992) s.235

24 Blom, Thomas (1998) s.7

25 Blom & Nilsson (2000) *Symbolturism, morbidturism, mytturism: turistiska produkter av vår tid?* s.64

skraddarsy sina egna *unika* resor.²⁶ Mångfalden av resmål och inflytandet över dessa kan alltså betraktas som någonting postmodernt.

Vi konfronteras idag ständigt med döden genom massmedia, TV och olika sociala medier. Den finns överallt. Det samtida intresset för döden hänger mycket ihop med massmedias ständiga kommunikering av den, vilket på så sätt resulterar i ett ökat intresse. Många turistattraktioner finns även de kommunicerade via media och når därmed många människor. Det som påverkar vårt val av resmål handlar mycket om ifall attraktionen någon gång *innan* har presenterats för oss.²⁷ Det är vanligt att vi människor väljer saker, i det här fallet resmål, som vi på något sätt redan känner igen och har gjort bekanta inför, vilket skapar en form av trygghet. Genom framförallt morbidturismen har döden alltså blivit en produkt som samhället kan ta del av och konsumera. En del i vad som gör morbidturismen till ett postmodernt fenomen har också mycket att göra med dess fokus på *produktskapande* via olika mediekanaler. Via media har produkten exponerats för publiken och kan alltså ses som en värdefull kanal i skapandet av ett intresse. Det postmoderna samhället kan alltså karaktäriseras av att olika turistattraktioner har gjorts bekanta för publiken via olika ”globala kommunikationsteknologier” och därmed *gjorts* till en produkt, avsedd att konsumeras.²⁸ Produkterna hålls sedan ”vid liv” genom fortsatt annonsering och kommunikering via olika medier.

I min studie har jag tillämpat teorin om postmodernitet och morbidturism utifrån tanken om det samtida intresset för turistattraktioner som behandlar just död och lidande, vilket leder till att många olika attraktioner av denna typ finns att tillgå. Vad gäller mitt undersökningsmaterial måste företagen bakom Jack the Ripper-vandringarna, liksom många andra turistattraktioner, göra reklam för och ”sälja in” just *sin* vandring på bästa möjliga sätt. Vad dras vi då till? Jo, ”*Vi dras på något sätt till det morbida och det som vi ofta känner olust inför och som hos många skapar ångest.*”²⁹ I vardagen tittar vi kanske på skräckfilmer och när vi turistar kanske vi då deltar i en skräckvandring. Postmoderniteten präglas alltså, precis som jag beskrev i föregående stycke, av ett *produktskapande* av diverse händelser och platser som de allra flesta kommuniceras via olika mediekanaler. Historien kring Jack the Ripper är inget undantag då reklam för vandringarna finns via exempelvis både internet och i broschyrform. Karaktäristiskt för postmoderniteten är även att separationen mellan representation och verklighet minskar, precis som en del av vandringsföretagen vill trycka på då många av dem på sina hemsidor försäkrar att vandringsdeltagarna kommer att känna sig som att de

26 Blom, Thomas (1998) s.19

27 Blom, Thomas (1998) s.16

28 Lennon & Foley (2000) s.166

29 Blom, Thomas (1998) s.9

befinner sig i East End under sent 1800-tal när de väl går vandrigen.³⁰ Företagen vill förstärka förbindelserna mellan historia och nutid, och gör det exempelvis genom att kommunicera gamla bilder på hur East End såg ut kring den tiden.

I och med att Jack the Ripper-vandringar är en form av morbidityturism, hoppas jag att teorin om postmodernitet i relation till just morbidityturismen har hjälpt mig att bättre förstå människans relation till ett turistande i andra människors död och lidande, samt hur stor roll media och annonsering av turistattraktioner har i det postmoderna samhället. Jag hoppas även att postmoderniteten har kunnat vägleda mig att tänka i nya banor kring morbidityturismen som nisch och dödens roll i samhället i stort. Teorierna om det postmoderna samhällets relation till döden hoppas jag även har hjälpt mig att få upp ögonen för hur vandrings-företagen egentligen väljer att kommunicera sina turer. För att kunna göra lönsam reklam, är det bra att i viss mån veta hur människorna/massan väljer att se på produkten; i det här fallet skräck och död. Vad är det som går hem egentligen?

Myter

Konceptet kring myter och dess funktion är en central del av teorin i den här studien. Hur en myt upplevs och uttrycks har många likheter med semiotikens ”konnotationer”, vilka jag kommer att diskutera närmare under metodavsnittet. Likheterna definierar semiotikern Roland Barthes genom att en myt, likt konnotationer, kan ses som ett typ av *meddelande* som uttrycks på ett visst sätt och som har *gjorts* eller producerats fram inom en viss kultur.³¹ Min definition av vad en *myt* är ligger nära Barthes och jag har därmed främst utgått ifrån hans föreställningar om begreppet. Han definierar även myter som en form av ”kollektiv representation” av ett fenomen eller en företeelse som ofta går att finna i olika massmediala sammanhang, framförallt i olika typer av reklam.³² Myter måste även *baseras* på någon form av historisk grund, då de aldrig kan uppstå helt ”ur tomma intet”; en myt har därmed alltid associationer eller någon form av ”yttrande” redan kopplat till sig och uppfattas då på ett visst sätt av olika människor. Även olika symboler och stereotypa bilder finns representerade i myter, vilka är viktiga för att människor snabbt och lätt ska kunna identifiera vad myten vill förmedla.³³ En myt kan heller aldrig bidra med någon fullständig eller klar bild över dess meddelande, då de byggs på relativt diffusa och ofullständiga koncept, ständigt redo att omformuleras. Men å andra sidan hade myten inte varit just en myt om den mot all förmodan faktiskt hade kunnat förmedla en exakt betydelse. Myter är trots allt myter på grund av dess

30 Lennon & Foley (2000) s.120

31 Barthes, Roland (1970) *Mytologier*, s.205

32 Barthes, Roland (1977) *Image, music, text* s.165

33 Barthes, Roland (1970) s.221

”ofullständighet” och kan karaktäriseras genom att ”vanställa” verkligheten då de *förenklar, lägger till och drar ifrån*. Vad som är ”sant” eller inte spelar i sammanhanget ingen roll då myter i sig är osäkra och flyktiga.

För att myter ska fortsätta att vara just myter måste dess symboler ständigt upprepas och nyttjas i olika sammanhang. Det är också vid just denna upprepning som det blir möjligt att lägga märke till och ”avslöja” dem.³⁴ Det är inte myten *i sig* som avslöjas, utan det är dess *tecken* och *symboler*, vilka kan ses som en del av de byggstenar som behövs för att en myt ska kunna upprätthållas i samband med människors användande av dem. Att kritiskt granska myter med dess tillhörande symboler kan alltså vara ett bra sätt att ta reda på hur de faktiskt är uppbyggda. Myter har, liksom olika typer av reklam, en tendens att naturaliseras och uppträda som ”självklara” då ”...*myth consists in overturning culture into nature or, at least, the social, the cultural, the ideological, the historical into the 'natural'*.”³⁵ Myter är som sagt högst kulturellt baserade och *skapade* av oss via kulturen, men trots att myter i grund och botten består av stereotypa symboler och tecken uppfattar vi dem ändå som ”naturliga”. Det är lätt hänt att rent spontant uppfatta myter som någonting oproblemiskt och normalt och det är även lika lätt hänt att inte ens uppfatta koncept eller företeelser som just myter. Myters syfte grundar sig dock i en strävan efter att försätta världen i ett statiskt läge där dess symboler och tecken för evigt kan förknippas med dess meddelande, och där människorna ständigt lägger märke till just dessa.³⁶

Teorin om myter är relevant i den här studien främst på grund av mitt genomgående semiotiska fokus, vilket alltså kan ses som en metod med stora paralleller till mytbegreppet och hur det kan analyseras. Fokuset ligger även på att historien om Jack the Ripper karaktäriseras av en stark mytbildning kring just denna herre. Jack the Ripper kan idag ses som en typ av symbol för olika koncept och företeelser, vilket även går att skönja i mitt undersökningsmaterial. Även det faktum att han förekommer inom många olika delar av både populärkulturen och turismen gör att historiens ”mytstatus” ständigt upprätthålls och i vissa fall förstärks. I morbidityturismen överhuvudtaget, som olika Jack the Ripper-vandringar kan sägas ingå i, är mytrelaterad turism mycket vanligt i skapandet av olika turistattraktioner. Tecken och symboler som dessa myter består av kan alltså ses som tacksamma signum för en specifik typ av turism då ”*Myten som ingrediens är ett exempel på en form av turistisk produktutveckling*.”³⁷ Att myter inte heller kan uppstå ur tomta intet är relevant i

34 Barthes, Roland (1970) s.217

35 Barthes, Roland (1977) s.165

36 Barthes, Roland (1970) s.254

37 Blom & Nilsson (2000) s.48

den här studien på grund av att den mytbildning som idag finns kring Jack the Ripper från början ändå bottnar i det ”riktiga” fallet. *Vad* som fortfarande är sant eller inte vad gäller historien kring honom kan dock diskuteras, men därmed inte sagt allt *hela* historien är en myt.

Tidigare forskning

I detta kapitel avser jag att redogöra för vilken typ av tidigare forskning som ligger till grund för min studie genom att presentera en kort forskningsöversikt. Jag kommer även att argumentera för min egen studies plats i forskningen, samt diskutera vilken typ av ny kunskap jag hoppas kunna bidra med inom fältet.

Forskningsöversikt

Den tidigare forskningen förhåller sig främst till turism-nischen morbidturism och från svenskt håll är det särskilt kulturgeografen Thomas Blom som bidragit mycket till området. Han står för åtminstone två olika texter på temat; *Morbidturism. En postmodern marknadsnisch – Från Lenin till Diana* från 1998, samt *Symbolturism – Morbidturism – Mytturism. Turistiska produkter av vår tid?* från 2000, tillsammans med forskaren Mats Nilsson. Texterna har många gemensamma nämnare och den senare texten refererar även mycket till den första. En tredje text som jag också tänker presentera här är turismforskarna John Lennon och Malcolm Foleys bok *Dark Tourism – the attraction of death and disaster* från 2000.

Genomgående i Bloms text från 1998 diskuteras morbidturismen som en typ av turism med fokus på andra människors död och lidande. Han utgår främst ifrån aktiviteten att besöka avlidna kändisars gravar och mordplatser, och förklarar att kändisarna, som vi på olika sätt ”lärt känna”, främst via media, blir som symboler för oss i vårt vardagsliv och engagerar oss emotionellt.³⁸ Därmed påverkas vi av deras död och många visar då sin sorg, sitt intresse eller sin nyfikenhet. Blom resorener även kring medias betydande roll för morbid-turistandet i allmänhet, då vi människor ofta besöker platser som vi redan innan känner igen från exempelvis TV eller tidningar. Vi exponeras ständigt för dessa ”spännande” och annorlunda resmål, där igenkännandet ändå skapar en slags ”trygghet” då vi på något sätt redan varit i kontakt med platsen eller konceptet tidigare, vilket på sikt kan bidra till att väljer just de resmålen.³⁹

38 Blom, Thomas (1998) s.12

39 Blom, Thomas (1998) s.16

Blom redogör även för morbidturismens starka kopplingar till postmoderniteten, där människan ständigt söker nya, spännande upplevelser som inte kan nås i vardagen. Den teoretiska kopplingen mellan postmodernitet och morbidturism redogörs i texten främst genom en diskussion kring dagens människor som sökare efter "ständiga förändringar", med behovet av att lämna den annars inrutade och enformiga vardagen.⁴⁰ Många människor söker sig då till mer alternativa former av turism för att på så sätt kunna få utlopp för sin längtan efter "det annorlunda". Blom redogör även för att dagens turism kan ses som en typ av "postturism", vilket han definierar som en turism med ökade möjligheter för besökarna att själva inneha inflytande över sina resor och med en ökad tillgång till en mångfald av varierade och annorlunda resmål.⁴¹ Vad gäller morbidturismens koppling till postmodernitet landar Blom i ett resonemang om att livssituationen för många idag bidrar till en ständig längtan efter något nytt, samtidigt som många människor även söker både mening och tillhörighet utanför det dagliga livets rutinbaserade verklighet. Turistande i det morbida kan enligt Blom då ses som en form av "spegling av samhället", vilket kan kännetecknas som ett levnadssätt i ständig växling mellan en strukturerad och en icke-strukturerad tillvaro, där sökandet efter mening har blivit en central del i hur vi väljer att turista.⁴²

Texten *Symbolturism – Morbidturism – Mytturism. Turistiska produkter av vår tid?* från 2000, även den skriven av Blom fast tillsammans med Nilsson, fokuserar inte enbart på morbidturism, utan även på symbolturism och mytturism. Symbolturism innebär ett resande till platser som kan ses som en "symbol" eller ikon för någonting; exempelvis Hollywood med dess tillhörande Hollywood-skylt eller Paris med dess Eiffeltorn. Mytturism innebär ett resande till platser som omhuldas av mystik och oförklarliga fenomen så som exempelvis staden Roswell i New Mexico, känd för en påstådd UFO-krasch eller Stonehenge, en uppmärksammas stenformation i södra England.⁴³ Blom och Nilsson redogör i texten mer övergripande för turistnäringen i sig och påvisar att olika arrangörer hela tiden försöker finna nya vägar till turisternas hjärtan; de vill kunna erbjuda den mest *unika* av upplevelser.⁴⁴ Innovationen vad gäller nya turistnäringar är stor och många av dessa har tydliga morbidturistiska uttryck, då många aktörer på marknaden idag väljer att skapa turistattraktioner inom just den nischen. Det är även vanligt att aktörer försöker skapa en produkt av någonting som ursprungligen inte var tänkt för det; men som senare blivit stora turistnäringar.⁴⁵ En sådan produkt skulle exempelvis kunna vara det forna fängelset Alcatraz, förlagt i San Francisco-bukten, som idag

40 Blom, Thomas (1998) s.7

41 Blom, Thomas (1998) s.19

42 Blom, Thomas (1998) s.7

43 Blom & Nilsson (2000) s.57

44 Blom & Nilsson (2000) s.7

45 Blom & Nilsson (2000) s.9

fungerar som ett typ av museum och är en populär turistattraktion. Blom och Nilsson diskuterar även medias betydande roll i människors intresse för olika attraktioner där olika typer av resmål och aktiviteter ständigt kommuniceras, vilket genererar i en nyfikenhet och ett intresse hos konsumenterna. Även betydelsen av symboler i kommunikationen diskuteras, då symboler har en tendens att skapa olika associationer hos potentiella besökare. Symbolerna fungerar då som en typ av ”markör” för en specifik plats, vilket i förlängningen ger platsen en form av identitet och betydelse som i förlängningen kan generera fler besökare.⁴⁶

Blom och Nilsson redogör även för att samtidens fascination för det morbida skulle kunna ses som ett uttryck för postmodernitet. De baserar det dels, likt Blom gör i sin text om morbidturism, på vår längtan efter omväxling i våra annars rutinartade liv, där det nya och ”annorlunda” är föremål för många människors längtan.⁴⁷ Vi vill alltså delta i det makabra eftersom det är någonting som vanligtvis inte finns representerat i vår vardag. Även sökandet efter en specifik ”känsla” och *mening* menar de kan ses som ett uttryck för den postmoderna tillvarons flyktighet och rotlöshet. Den teoretiska kopplingen mellan morbidturism och postmodernitet blir även synlig i Blom och Nilssons diskussion kring morbidturismen som en form av ”postturism”, vilken beskrivs som en turism där besökaren vill delta i alternativa aktiviteter, ofta i form av helhetsupplevelser. Besökaren beskrivs även som villig att acceptera avsaknaden av autenticitet i en värld där någon ”äkta vara” ändå är svår att stöta på.⁴⁸ Diskussionen går även in på vårt behov av trygghet i morbidturistandet, där vi samtidigt som vi vill delta i det makabra även är i behov av att känna trygghet. Med sina resonemang landar Blom och Nilsson så småningom i att morbidturismen bör se som ”en spegling av samhällsutvecklingen”, där turistandet kan ses som ett substitut för det vi saknar i vår vardag, samtidigt som vi ändå inte är villiga att kliva utanför vår trygghetszon.⁴⁹

Texten *Dark Tourism – the attraction of death and disaster* från 2000, skriven av Lennon och Foley, har också ett stort fokus på just *turismen*. De redogör för att den mörka turismen i dagens samhälle är ett växande fenomen och de presenterar olika platser som kan länkas samman med nischen så som exempelvis koncentrationsläger och krigsplatser. I anslutning till det diskuterar de även moralen och etiken kring att turistströmmar dagligen besöker platser som en gång varit föremål för död och lidande.⁵⁰ Vissa platser kan ses som mer problematiska än andra och orsaka stor debatt kring vad som är moraliskt rätt att göra och inte. Att förmedlare av en attraktion många gånger

46 Blom & Nilsson (2000) s.19

47 Blom & Nilsson (2000) s.16

48 Blom & Nilsson (2000) s.64

49 Blom & Nilsson (2000) s.71

50 Lennon & Foley (2000) s.27

också tenderar att ge en *selektiv* bild av historien kan bli problematiskt och bidra till en skev bild av det som presenteras. Till följd av detta riskerar alltså besökarnas tolkning av en händelse eller plats att bli förvriden. Lennon och Foley diskuterar även att många historiska händelser och platser har blivit en form av *handelsvara* i turistindustrins vinstdrivande anda, där media återigen spelar en stor roll i kommunikeringen av dessa. De flesta arrangörer inom turistindustrin har som mål att tjäna pengar, precis som de flesta andra industrier, och olika nischer använder sig därmed av olika saker som de lockar potentiella konsumenter med. Inom morbidturismen är det då främst död och lidande som exploaterats och blivit en produkt ute till försäljning.⁵¹

Lennon och Foley kopplar på olika sätt även samman denna typ av turism med postmoderniteten, där de teoretiska kopplingarna dels diskuteras i relation till att det postmoderna samhället tenderar att varugöra olika platser och händelser via olika kommunikationskanaler.⁵² Varugörandet och produktskapandet kan alltså ses som typiskt för postmoderniteten, där morbidturismen är en av många nischer som det då skapas produkter och turistattraktioner kring. Lennon och Foley redogör även för att det minskande avståndet mellan representation och verklighet kan ses som någonting typiskt postmodernt, där både fiktion och fakta blandas samman i skapandet av olika turistattraktioner.⁵³ Företag med syftet att *sälja* tenderar att suddas ut gränserna mellan vad som är sant och inte för att på så sätt kunna skapa mer spännande produkter. Lennon och Foley landar i ett resonemang om att morbidturismen är ”en antydning till postmodernitet”, där olika medier bidrar till att frambringa ett intresse hos potentiella besökare och där ett produktskapande kan ta form för att sedan resultera i olika turistattraktioner.⁵⁴

Dessa texter är skrivna ungefär vid millennieskiftet, vilket enligt dags dato var ca. 15 år sedan. Jag tycker fortfarande att de fungerar att använda sig av då författarna förhåller sig till det postmoderna och i anslutning till den tidigare forskningen kommer jag främst att ta mitt avstamp utifrån hur morbidturism och postmodernitet kan kopplas samman, vilket jag diskuterat tidigare under det här kapitlet i anslutning till varje text. Däremot finns det lite småsaker som avslöjar att texterna inte är speciellt ”nya”. Blom skriver exempelvis följande i den första texten: ”Medier har och kommer sannolikt att få en allt mer betydande roll i turismproduktionen...”.⁵⁵ Idag vet vi att internet har en stor roll i den produktionen, vilket alltså Blom *förutspådde*. Han skriver även att vykort är någonting som är viktigt för oss att skicka när vi reser, vilket inte stämmer helt idag då många av

51 Lennon & Foley (2000) s.5

52 Lennon & Foley (2000) s.166

53 Lennon & Foley (2000) s.120

54 Lennon & Foley (2000) s.11

55 Blom, Thomas (1998) s.10

oss lägger upp våra semesterbilder på olika sociala medier istället. Detta tas även upp i den andra texten där Blom och Nilsson också påpekar att vykortet ännu är en ”oöverträffad kommunikativ identitetsbärare”.⁵⁶

Vad gäller Lennon och Foleys text avser jag att kort diskutera deras definition av begreppet Dark Tourism. Definitionen grundar sig i en tanke om att en händelse enbart kan klassas som just *Dark Tourism* om det fortfarande finns någon vid liv som har upplevt händelsen.⁵⁷ Min uppfattning av begreppet lutar dock mer åt Bloms håll då han inte framställer morbidturismen som någonting som nödvändigtvis är tidsbegränsat till en människas livslängd. Blom nämner även ”...den möjlighet som finns att i London åter uppleva känslan att vandra i Jack the Rippers fotspår...” som någonting som har med morbidturism att göra.⁵⁸ Jag anser ändå att Lennon och Foleys text är användbar, speciellt deras diskussion kring postmodernitet. Jag förhåller mig i den här uppsatsen främst till begreppet *morbidturism*, och inte till *Dark Tourism*. Jag behandlar dock, grovt sett, begreppen likvärdigt då jag hämtar kunskap ifrån både Bloms texter och Lennon och Foleys.. De två sistnämnda har som sagt en egen definition av Dark Tourism baserat på tidsperspektivet, annars ser jag inga större skillnader mellan författarnas definitioner och användningar av respektive begrepp.

Kunskapsbidrag

Morbidturismen är relevant i min uppsats i och med att jag har undersökt hur olika Jack the Ripper-vandringar kommuniceras, vilket är en turistattraktion som hör till just den nischen. Morbidturismen är ett genomgående tema och även om uppsatsens inriktning inte *enbart* handlar om just det, utan har ett tydligt semiotiskt fokus, finns genren ändå med i bakgrunden; framförallt i samband med postmoderniteten. Genom min uppsats hoppas jag kunna ge en inblick i hur några företag väljer att kommunicera sina Jack the Ripper-vandringar, och därmed bidra med hur just olika *sådana vandringar* görs till föremål för morbidturism. Studien behandlar begreppet *morbidturism*, såväl som *kommunikation* och *postmodernitet* och i relation till den tidigare forskningen finns alla tre begrepp representerade på olika sätt. Min studie är dock *kvalitativ* och fokuserar på just det materialet jag har valt att undersöka; förmedlandet av olika Jack the Ripper-vandringar. Vad en sådan typ av studie innebär kommer jag att diskutera mer under metodavsnittet.

56 Blom & Nilsson (2000) s.22

57 Lennon & Foley (2000) s.12

58 Blom, Thomas (1998) s.20

Metod

I det här kapitlet avser jag att presentera vilket material det är som ligger till grund för uppsatsen och varför jag har valt att använda just det. Jag kommer även att resonera kring uppsatsens avgränsningar, för att sedan presentera min analysmetod och diskutera vilka eventuella värden som kan komma att genereras. Till sist kommer jag att diskutera kring både min roll som forskare och min studie i relation till forskningsetik och reflexivitet.

Material

Mitt undersökningsmaterial består av två olika hemsidor som tillhör två olika företag som ger Jack the Ripper-vandringar. För att lättare hålla isär hemsidorna när de presenteras i min analys har jag valt att ”döpa” dem till olika namn. Den första hemsidan har jag valt att kalla *Ripper-vision* eftersom företaget bakom den sidan använder sig av handhållna projektorer för att visa olika bilder och filmer under vandringens gång, där de själva använder ordet *Ripper-VISION* då de beskriver hur de använder sig av projektorerna.⁵⁹ Den andra hemsidan har jag döpt till *Ripping Yarns* eftersom företaget kallar sig själva för det.⁶⁰ Jag har valt relativt enkla namn på de olika hemsidorna också för att det ska bli lättare att referera till dem, utan att det blir allt för krångligt.

Avgränsningar

Mitt materialunderlag består alltså av två olika hemsidor distribuerade av två olika företag som erbjuder Jack the Ripper-vandringar. Jag var tvungen att någonstans göra ett urval då det varken fanns tid, plats eller utrymme för att undersöka mer material. Ett begränsat antal underlag gör det också lättare för både mig och för läsaren att hålla isär dem, och jag kunde även fördjupa mig *mer* i det material jag hade. Syftet och kunskapsmålet styr också vilka avgränsningar som bör göras och jag anser att bådadera kan tillgodoses trots att jag ”endast” undersöker två olika hemsidor.⁶¹ Om analysen hade blivit bättre eller sämre om jag hade valt fler hemsidor kan jag dock inte förutspå. På de sidor som jag har analyserat, har jag även valt att avgränsa mig till just *startsidan* och det som presenteras där. Det fanns varken tid eller plats i uppsatsen för att analysera *alla* länkar som presenteras. Hur visste jag då *vilka* hemsidor jag skulle välja? Jag skulle i princip kunnat valt vilka sidor om vandringarna som helst och de jag tittade på hade alla kunnat platsa i min studie. Varför det tillslut blev just *Ripper-vision* och *Ripping Yarns* beror på att de på ett tydligt sätt representerar

59 *Ripper-vision* <http://www.thejacktherippertour.com/> (2016-01-03)

60 *Ripping Yarns* <http://www.jack-the-ripper-tours.com/> (2015-12-09)

61 Kaijser & Öhlander (2011) *Etnologiskt fältarbete* s.237

genren i sin helhet, främst på grund av förekomsten av flertalet symboler och bilder som de flesta kan ses som ”typiska” för en skräckbaserad turistattraktion.

I denna uppsats hänvisar jag till Jack the Ripper genom att skriva hans engelska ”namn”. På svenska går han under namnet *Jack Uppskäraren*, vilket betyder samma sak som *Jack the Ripper*, och kan ses som en direktöversättning från engelska till svenska. För att göra det enklare för både mig själv och för läsaren har jag valt att endast använda *ett* av namnen. Anledningen till varför jag valde den engelska varianten beror på att mitt undersökningsmaterial är skrivet på engelska och att jag senare i min analys har återgett en del av det materialet. Detta gör alltså att det i sin helhet underlättar om jag konsekvent benämner honom som Jack the Ripper.

Några metoder som jag funderade på att använda var intervjuer och mailfrågor, men valde tillslut att inte genomföra någon av dessa. Detta berodde främst på svårigheten att hitta informanter till ämnet då jag helst hade velat intervjua och skicka ut mailfrågor till människor som redan hade gått en Jack the Ripper-vandring. Jag försökte söka på internet och se om jag kunde hitta några recensioner eller någon hemsida där människor uppgett att de gått vandringen, men hittade inte alls många. De eventuella informanter som jag hittade kunde jag sedan inte kontakta eftersom de inte lämnat några kontaktuppgifter. Jag är medveten om den eventuella empiriska förlusten med att inte ha intervjuat några informanter. Det hade förmodligen varit bra om jag hade fått andra människors synvinklar och perspektiv på vandringarna och kommunikationen av dem. Nu är det endast min tolkning och mina uppfattningar som får företräde i den här uppsatsen, vilket kunde ha varit bra att sätta i relation till andras. Min tolkning påverkar mitt material, likväl som andras tolkningar hade kunnat nyansera det.⁶² Men å andra sidan känner jag att det material jag har ändå är tillräckligt för att kunna genomföra min analys och förhoppningsvis svara på mina frågeställningar.

Semiotik

Jag har i den här studien tillämpat en semiotisk analys på mitt undersökningsmaterial där jag har utgått ifrån en *denotativ* och en *konnotativ* analysnivå. Semiotik betyder ”vetenskapen om tecknen” och grundar sig i hur tecken och symboler representeras av oss människor och får olika betydelser i olika sammanhang.⁶³ Denna typ av analys görs oftast på olika former av reklammaterial, fotografier, filmer och andra typer av ”bilder”. Den denotativa nivån grundar sig i en så *bokstavlig* analys av materialet som möjligt och bör inte innehålla någon ”bakomliggande” mening, utan ska endast

62 Gunnemark, Kerstin (2011) *Etnografiska hållplatser. Om metodprocesser och reflexivitet*. s.199

63 Hall, Stuart (1997) *Representation – Cultural representations and signifying practices*. s.6

återges på en språklig nivå.⁶⁴ Denotationen är viktig då den banar väg för den efterkommande konnotativa nivån som avser att avslöja vilka bakomliggande *kulturella* värden som finns i materialet. Om en ”detaljbeskrivning” redan är gjord blir den konnotativa analysen enklare att genomföra. Det går dock inte att beskriva precis *allt*, eftersom det alltid, vare sig det är i verkligheten eller inte, finns så många ”lager” av det som observeras.⁶⁵ Att använda vissa ord, som t.ex. *kniv*, betyder att jag egentligen *tolkar* föremålet som en kniv, vilket gör att jag inte kan vara helt objektiv. Människor har i allmänhet redan en föreställd bild av vilka föremål som *bör* vara eller tolkas på ett visst sätt.⁶⁶ En observation kan aldrig ”ta slut” eftersom det hela tiden finns mer att upptäcka och fler lager att ta sig igenom. Den konnotativa nivån å andra sidan avser att finna kulturella och symboliska värden, vilka produceras inom respektive kultur.⁶⁷ Olika kulturer har olika ”språk” vad gäller tolkningen av saker och ting, då vissa symboler och tecken kan betyda en sak i en kultur, men kanske inte i en annan. Olika konnotationer kan tillsammans ses som en typ av ”ideologi”, eller ett koncept, som står för någonting i ett större sammanhang.

Semiotiken är inte *enbart* en metod, utan kan även fungera som en typ av *teori*. Jag valde dock att presentera tillvägagångssättet under detta avsnitt då jag i den här studien använder semiotiken som just en *metod*, och inte som en teori. En av nackdelarna med metoden skulle kunna vara svårigheten i att på den denotativa nivån förhålla sig tillräckligt objektiv till materialet, då det snarare är *omöjligt* att vara det. Allt är en tolkning av den som utför analysen och en helt *ren* tolkning går därmed inte att generera. En av fördelarna med metoden skulle kunna vara att den ändå kan producera ett brett spektra av värden då tolkningarna trots allt är subjektiva. Även om många av oss ingår i ”samma” kultur kan tolkningarna skifta, vilket då kan *berika* synen på materialet. Den här metoden kan även hjälpa mig att på ett bra sätt redogöra för hur hemsidorna ser ut och vad de förmedlar. Denotationen ger en bra grund för den kommande konnotationen och jag anser att verktygen som semiotiken bidrar med kan hjälpa mig att utveckla mitt tänkande. Genom att tillämpa en semiotisk analys hoppas jag att jag har kunnat bidra med att synliggöra de mer underliggande, symboliska och kulturella värdena i materialet.⁶⁸

En kvalitativ studie

Min uppsats präglas av ett kvalitativt tillvägagångssätt, som inte är en metod i sig, utan kan sägas

64 Barthes, Roland (1977) s.48

65 Kaijser & Öhlander (2011) s.138

66 Hall, Stuart (1997) s.16

67 Barthes, Roland (1977) s.46

68 Barthes, Roland (1977) s.46

omfatta studien i sin *helhet*. En kvalitativ studie kan innefatta många olika typer av metoder så som intervjuer, fältarbeten, semiotik etc. Om en forskare ämnar anta en kvalitativ prägel är det eftersträvansvärt att försöka skaffa fram ett material som både är innehållsrikt och har någon form av ”djup”, istället för att enbart försöka samla in största möjliga mängd material.⁶⁹ Här är alltså *kvaliteten* viktig, inte kvantiteten. Jag har antagit detta tillvägagångssätt eftersom jag hoppas att jag genom den semiotiska analysen ska kunna *fördjupa* mig mer i materialet och på en mer detaljerad nivå förhoppningsvis också kunna finna olika värden som jag sedan kan placera in i större sammanhang. Den kunskap som kan nås via en kvalitativ studie är framförallt en djupare kunskap om ett ämne, då forskaren tillåts att mer detaljerat undersöka ett material, lager efter lager. En kvalitativ studie främjar även forskarens subjektiva erfarenheter och uppfattningar då ingenting egentligen är rätt eller fel eftersom det kan finnas flera perspektiv på saker och ting. En kvalitativ studie kan alltså bidra med en mer ”intim” ton då materialet hanteras mer *nära*.⁷⁰

Forskningsetik och reflexivitet

I den här studien har jag inte tillämpat några metoder som involverar informanter, så som intervjuer, mailfrågor etc, vilket gör att jag inte heller har den typen av etik att förhålla mig till. Min forskning baseras delvis på *min* tolkning av materialet, framförallt genom semiotiken och mitt undersökningsmaterial består som sagt av två olika hemsidor som kommunicerar Jack the Ripper-vandringar. Hemsidorna är båda två offentliga och kan nås av ”vem som helst” med tillgång till internet. Därmed berör inte studien något känsligt material i den bemärkelsen att några informanter kan ta skada av den. Men min roll som forskare är ändå inte helt oproblematiske. I och med att jag har *tolkat* en del av det som utvinns i analysen, blir *min* tolkning även den som också får företräde, vilket kan vara viktigt att uppmärksamma.⁷¹ Det är också viktigt att som forskare vara medveten om sin egen plats i studien och i materialets uppkomst, samt vara medveten om att ens egna tankar, känslor och bakgrund påverkar materialet och analysen på olika sätt. Vi människor är trots allt olika. Att ha ett reflexivt förhållningssätt till sin studie är då fördelaktigt eftersom det i vetenskapliga sammanhang är viktigt att rannsaka och kritiskt granska sig själv i relation till forskningen. Det är alltså viktigt att som forskare vara medveten om sin subjektiva position och sina begränsningar.⁷²

69 Kaijser & Öhlander (2011) s.30

70 Ehn & Löfgren (2012) s.7

71 Gunnemark, Kerstin (2011) s.196

72 Gunnemark, Kerstin (2011) s.232

Analys

I det här kapitlet avser jag att presentera min analys och mitt resultat. I de två första styckena kommer jag att redogöra för den denotativa delen av analysen, för att på så sätt introducera läsaren till hur materialunderlaget ser ut. Sedan kommer jag att presentera den konnotativa analysen utifrån olika teman och mönster som går att finna i materialet. Den konnotativa analysen löper sedan vidare till myten om Jack the Ripper och därefter kommer jag att resonera kring morbidturismen i relation till vår samtid. Slutligen avser jag att diskutera hur vi idag på olika sätt förhåller oss till döden kopplat till dödens plats undersökningsmaterialet, för att avsluta med ett kapitel om kulturarvets närvaro i analysen.

Ripper-vision

Den första hemsidan som jag nu kommer att presentera är *Ripper-vision*. Bakgrunden är en ”scen” som föreställer en gränd/innergård med kullerstensväg med en omgivande stenhussfasad. Scenen ser ut att vara datorgjord. Fasaderna är nötta på vissa ställen och hela scenen skiftar från svart till olika nyanser av grått. Mitt i bilden finns ett svart, båg-format valv och till höger om det finns ett fönster med svarta rutor och brun fönsterlist. Till höger om fönstret finns en texten: ”*THE JACK THE RIPPER TOUR*”, där all text är vit utom ordet *RIPPER* som är rött. Under det röda ordets bokstäver ser det ut att ”rinna ner” färg som i slutet bildar små droppar. Bakom denna text skymtas en grå kniv. Under texten finns information om när turerna startar och hur bokning av vandringen går till. Informationen finns på ett brunt papper som ser lite skavt och halvt hopknycklat ut. Längst till höger hänger en skylt som det står *WHITECHAPEL* på. Under skylten finns ett papper/blad som det står ”*GHASTLY MURDER IN THE EAST-END*” på.

Hemsidan är också till viss del animerad. Till denna animation finns även ljud. Ljudet går från att vara entonigt till att övergå i ett hårt pianospel. Animationen ser ut som följer: först framträder en vit text som visas i valvets öppning. Varje liten text visas i ungefär en sekund och försvinner sedan för att visa nästa. Det står ”*Welcome To*”, ”*Londons Latest*”, ”*& Most Unique*”, ”*Tourist Attraction*”, ”*Be Afraid...*”. De sista orden byter sedan färg till rött och börjar sedan att ”rinna” och bilda små droppar. Då börjar även det hårda pianospel. Texten försvinner samtidigt som det börjar blinka, varpå en gestalt visas i valvets öppning. Gestalten har svarta kläder, svart hög hatt som är halvt nerdragen över ansiktet, en röd mantel och en grå kniv i högra handen. Gestalten försvinner, för att sekunden senare synas igen, lite närmare den som tittar. Sedan är den borta igen, varpå en grå kniv gör ett ”snitt” i skärmen. Röd färg uppstår då som en klump som sedan börjar ”rinna” ner över

skärmen. I klumpen står nu texten ”Book Now”. Efter att ha skrollat ner lite så finns det information om de senaste nyheterna på hemsidan, en ruta för att kontakta företaget och en ruta för att boka en vision-vandring. Sedan finns det information om julen i samband med denna vandring, vilket jag dock misstänker är information som endast finns när det är säsong. Det finns även länkar till andra typer av vandringar och information om varför *just den här* Jack the Ripper-vandringen är värd att gå. Längre ner finns även en varningstext som lyder: ”*The Jack the Ripper Tour contains graphic descriptions, stories and images that some people may find upsetting. Parental guidance is advised.*”.

Ripping Yarns

Den andra hemsidan som jag kommer att redogöra för är *Ripping Yarns*. Bakgrunden skiftar längst upp i mörkgrått, som sedan övergår i svart längst ner. Bakgrunden för själva informationstexten på hemsidan ser ut som ett gulnat papper, som är nött med bruna kanter. Längst upp är ”pappret” bitvis söndertrasat och hopknycklat och i mitten står det ”*RIPPING YARNS TOURS PRESENTS*” i rött, varpå det till vänster står ”*Jack THE RIPPER*” i svart, med en röd lackstämpel bredvid där det står ”*TOURS*”. Till höger står det i en klump av röd, ”rinnig” färg: ”*CLICK TO BOOK NOW*”. Under texterna finns en bild av en mörk gränd med hus längs sidorna och där gatulampor lyser i mörkret. Under bilden finns länkar till andra delar av hemsidan på en bakgrund av röd, rinnig färg. Nedanför finns information om vad vandringen kostar vid bokning online, samt en karta som visar vart turen startar varje dag. Till höger om kartan finns ett fickur som visar tiden då vandringarna börjar.

Under detta finns det text som beskriver hur länge företaget har gett vandringarna, att företaget vunnit pris för sina turer och att guiderna är så kallade *Yeoman Wards*, som även arbetar på *the Tower of London*. Det står även att guiderna kommer att visa olika bilder från brottsplatserna, brev och annat material som har med Jack the Ripper att göra. Nedanför detta finns ännu mer information om guiderna och deras kompetens. Sedan presenteras olika recensioner som besökare har skrivit, att vandringen är högt rankad på en ”populär webbsida för reserecensioner” och hur mycket vandringen kostar. Längst upp på sidan, till vänster utanför ”pappret”, finns stänk med röd färg. På ”stänket” finns tre föremål osorterat utplacerade; en grå kniv med röd färg på, ett foto på en människa med stängda ögon och ett förstoringsglas. Under dessa objekt finns ett ”papper” med svart text på. Bara halva pappret är synligt och all text går inte att läsa. De enda hela orden som jag kan urskilja är: ”*IN THE*”, ”*DREADFUL*” och ”*Capture*”. Längst ner till vänster på sidan finns en hand med smala fingrar och långa naglar, bitvis täckt av röd färg.

Hemsidorna har många gemensamma nämnare, vilket även andra sidor som kommunicerar Jack the Ripper-vandringar har då det finns många genomgående likheter mellan de flesta av dem. Nedan presenterar jag min konnotativa analys av materialet i form av olika teman, men jag vill först redogöra för att det inte finns någon ”sann” eller *enda* tolkning av någonting, likväl som det inte finns någon universell ”sanning” i det som någon har *tolkat*.⁷³ Genom att dela en kultur, delas även vissa uppfattningar om saker och ting; en kulturs medlemmar har en specifik ”kulturell kod” som följs.⁷⁴ Den kulturella koden möjliggör att vi uppfattar många saker på i stort sett samma sätt, vilket gör att vi lättare kan förstå och kategorisera vår omvärld.

Svart som natten, rött som blod

Färgkombinationerna på hemsidorna är mycket lika vandra, precis som på många andra hemsidor av samma sort. Olika nyanser av svart, grått och rött är överrepresenterat, men vad säger färgerna oss och hur tolkar vi dem? Den svarta nyansen går att finna i den större delen av materialet som exempelvis i hemsidan *Ripper-vision*, där bakgrunden skiftar från svart till olika nyanser av grått. Svarta skuggor dominerar bilden och även fönstret och valvet är svart. De mörka tonerna tolkar jag som ett återspeglade av ”nattens mörker”. Jack the Ripper mördade sina offer när det var mörkt ute och de mörka tonerna bidrar då till en tolkning av att det är nattetid med en medföljande ”mörk” stämning. *Ripping Yarns* hemsida går även den i mörka toner, med en bakgrund som skiftar i svart och mörkgrått. Färgen svart kan, som de flesta andra färger, tecken och symboler, tolkas på olika sätt i olika sammanhang.⁷⁵ I samband med historien om Jack the Rippers blir färgen svart förmodligen ett självklart val då både ”nattens mörker” och hans ”mörka gärningar” står i fokus. Hans identitet är även den höljd i dunkel, då de flesta bilder som representerar honom är mörka. Han framställs på hemsidan *Ripper-vision* som en gestalt med svarta kläder, svart hög hatt som är halvt nerdragen över ansiktet, röd mantel och en grå kniv i högra handen. Svart, rött och grått är alltså även här ett genomgående tema.

Färgen röd figurerar också flitigt i materialet. På hemsidan *Ripper-vision* finns texten ”*THE JACK THE RIPPER TOUR*”, där texten är vit, utom just ordet *RIPPER* som är röd. Bokstäverna i ordet ser ut att ”rinna” ner och längst ner bilda små droppar. Den röda färgen som droppar tolkar jag som *blod som droppar*. Även orden ”*Be Afraid...*” byter skepnad från vitt till rött och börjar sedan att droppa. Att associera den röda färgen med blod grundar sig förmodligen i att Jack the Ripper var en

73 Hall, Stuart (1997) s.9

74 Hall, Stuart (1997) s.4

75 Hall, Stuart (1997) s.26

mördare som skar upp sina offer med en kniv, vilket resulterade i en hel del blodspillan. Blodspillan och Jacks grymhet tar sig då i uttryck genom att visa på ett blodigt *tema*. Att det är just ordet *Ripper* som står i rött i det tidigare exemplet beror förmodligen på att ordet, som på svenska betyder *Uppskärare*, refererar till Jack the Rippers *handlingar*. Han *skar upp* sina offer, vilket alltså resulterade i stora mängder blod. Här kompletterar text; ”Ripper”, och bild; bloddroppar, tydligt varandra.⁷⁶ På samma hemsida visas även i slutet av animationen en kniv som skär över skärmen, varpå en stor ”blodpöl” sedan uppstår, som sedan börjar rinna ner. Även här ”skär Jack the Ripper med sin kniv” och orsakar blodutgjutelse. Blodet flödar även på hemsidan *Ripping Yarns* där en klump av rött ”blod” utgör bakgrunden till boknings-länken. Även bakgrunden till hemsidans länkar/meny ser ut att vara en enda lång blodpöl. Blodet finns även representerat på den gråa kniven till vänster och på den blodiga handen längst ner till vänster. Färger betyder dock inte saker ”i sig själva”, utan det är vi människor tillskriver färgerna specifika betydelser.⁷⁷ Färgernas relationer *sinsemellan* har också betydelse för hur bilder, foton, reklam etc. uppfattas. Jag upplever även att företagen använder just färgkombinationerna svart, mörkgrått och rött för att färgerna kan upplevas som ”hårda” och tydliga. Dessa typer av mörka färger har en tendens att dra ögonen till sig och relationen mellan svart och rött i samband med historien om Jack the Ripper tenderar även att symbolisera just *skräck*.

Skräck

Skräck är även temat på nästa symbolkategori och som det spelas mycket på i kommunikationen av vandringarna. På hemsidan *Ripper-vision* ser ordet *RIPPER* i meningen ”*THE JACK THE RIPPER TOUR*” ut att vara dränkt i blod då bokstäverna är röda och i slutet bildar små droppar. Blod kan i många sammanhang ses som en symbol för just skräck, och inte minst i olika skräckfilmer. Bakom meningen skymtas även en kniv. ”Blodet” och kniven, i samband med vetskapen om Jack the Rippers handlingar ger en minst sagt skräckfylld innebörd; *Jack the Ripper har nyligen skurit upp ännu ett offer med sin kniv och har därmed orsakat stor blodspillan*. Olika stereotypa symboler, så som kniven och blodet i relation till varandra, är på förhand redan etablerade ikoner och koncept hos många människor.⁷⁸ Vi vet ”direkt” vad symbolerna vill förmedla, speciellt i samband med *vad vi redan vet* om Jack the Ripper. Även i animationen på *Ripping Yarns* hemsida, där en kniv gör ett ”snitt” i datorskärmen varpå blod sedan uppstår, kan också relateras till hur vi uppfattar knivar i relation till blod. Längst till höger på samma hemsida hänger en löpsedel med texten ”*GHASTLY*”

76 Barthes, Roland (1977) s.16

77 Hall, Stuart (1997) s.27

78 Barthes, Roland (1977) s.22

MURDER IN THE EAST END” på, vilken upplyser och varnar medborgare i Whitechapel om att det sker hemska mord i området, vilket skapar skräck. Skräcken för mördare kan även kopplas samman med tittandet på en skräckfilm. Filmer av den sorten handlar ofta om diverse monster och galningar som mördar, vilket är relevant i fallet om Jack the Ripper då ”...skräckgenren har närmat sig andra, mer realistiska genrer centrerade kring kriminalitet och brottsutredningar.”⁷⁹ Även ljudet i animationen på samma hemsida kan kopplas ihop med hur skräckfilmer är utformade för att spela på människors rädslor. Ljudet låter först relativt entonigt, men intensivt, varpå ljudet sedan övergår i ett hårt, entonigt, pianospel. Efter att pianospellet satts igång visar sig Jack the Ripper i valvets öppning. Ljudet byggs alltså först upp, för att sedan nå sin kulmen precis innan han framträder.

På båda hemsidorna finns även Whitechapel representerad på olika sätt, men vad ”bilderna” har gemensamt är att stadsdelen skildras just när det är mörkt ute, vilket var den tid på dygnet som Jack the Ripper var i farten. Skräck i samband med just nätter är även mycket vanligt i skräckfilmer och i annan skräcklitteratur eftersom: ”I den äldre skräcklitteraturen är det alltid under ovädersnätter och i spöklika miljöer som de onda makterna driver sitt spel.”⁸⁰ På hemsidan *Ripping Yarns* förmedlas skräcken också genom två av de tre föremål som finns utplacerade till vänster i bild; den blodiga kniven och bilden på människan med slutna ögon. Återigen finns en kniv med blod på representerad, vilket kan tolkas som att den nyss har använts av Jack the Ripper för att sprätta upp ännu ett offer. Saker har som sagt inte någon fast mening i sig själva, utan det är våra *representationer* av sakerna som skänker dem mening.⁸¹ Knivens roll i representationen av Jack the Ripper blir i sammanhanget ”självklar” för den som har koll på historien. Eftersom *kniven i sig* inte betyder någonting kan den även betyda andra saker i andra sammanhang; exempelvis i ett matlagningsprogram, som ”enbart” ett köksredskap. Bilden på människan med de slutna ögonen, som vid fototillfället var död, är ett av Jack the Rippers offer; närmare bestämt Elizabeth Stride, som oftast räknas som det tredje offret av fem i turordningen.⁸² Bilden signalerar ett tydligt budskap om Jacks grymhet och hänsynslöshet. Istället för att enbart *beskriva* mordet har *Ripping Yarns* alltså valt att presentera en *riktig* bild på ett av offren, vilket gör det hela mycket mer skrämmande och ”nära”. För att citera Roland Barthes: ”...man likes signs and likes them clear.”⁸³

79 Leffler, Yvonne (2001) *Skräck som fiktion och underhållning*. s.27

80 Leffler, Yvonne (2001) s.64

81 Hall, Stuart (1997) s.3

82 Min vetskap om att fotografiet föreställer Elizabeth Stride grundar sig på att jag många gånger tidigare har sett just den bilden på henne tillsammans med namnet. Ett exempel som visar att bilden föreställer Elisabeth finns på bland annat en hemsida som annordnar Jack the Ripper-vandringar, dock inte någon av de jag undersöker:
<http://www.jack-the-ripper-tour.com/the-victims> (2016-01-03)

83 Barthes, Roland (1977) s.29

På *Ripping Yarns* hemsida finns längst ner till vänster en bild som jag tolkar som en kvinnohand bitvis täckt av blod. Att handen tillhör en kvinna baserar jag på de smala fingrarna och de långa naglarna. Även vetskapen om att offren var just *kvinnor* hjälper mig att komma fram till det då handen ser ut att ha varit med om blodigt våld. På hemsidan *Ripper-vision* framträder orden ”*Be Afraid...*” till en början i vit färg, för att sedan gå över till rött och börja ”rinna”. Ännu en gång finns blodet representerat, och i samband med texten förstärks budskapet då både text och bild fyller ut varandra.⁸⁴ En *uppmaning* till rädsla förstärker även hemsidans anspelning på skräck. Längre ner på sidan finns också en liten varningstext: ”*The Jack the Ripper Tour contains graphic descriptions, stories and images that some people may find upsetting. Parental guidance is advised.*”. Sådana typer av förvarningar är vanliga även när det gäller skräckfilmer, vilket kan vara ett samband värt att nämna. Jag upplever alltså att företagen lockar med en typ av skräck som återfinns i många skräckfilmer, med anspelning på både vår *rädsla*, men även på vår *förtjusning* för död och tragedi.

1800-talets East End

Både historia och East End är stora teman vad gäller symboler och tecken i kommunikationen av vandringarna. På hemsidan *Ripper-vision* tar sig detta i uttryck först och främst genom själva hemsidans bakgrund, som jag uppfattar föreställer en gränd eller en innergård. Gränden kantas av en stenhufasfasad och marken består av kullersten. Jag tolkar gränden som en av alla bakgator som finns i Whitechapel, och jag upplever att bilden vill förmedla en känsla av närvaro i historien genom att ha denna ”scen” som bakgrundsbild. Just kullerstenen, och bristen på ”modern” asfalt, förstärker känslan av att vistas på en ”dåtida” plats, samtidigt som Whitechapel idag fortfarande har kvar många av sina hus och gator så som det var 1888. Det är förmodligen meningen att det ska *kännas* som att besökaren befinner sig i det ”gamla” East End redan framför datorn, *innan* ett deltagande i den riktiga vandringen har skett. Reklambilder är till exempel noga genomtänkta med avsikten att förmedla någonting genom användandet av olika *ikoniska* attribut och symboler som många kan referera till.⁸⁵ Gränden på *Ripper-visions* hemsidas fasader är också nötta på vissa ställen vilket kan bidra till en förstärkt känsla av att East End har varit, och i många delar fortfarande är, en gammal och fattig stadsdel där stadsrummet inte alltid varit i bästa skick. Stadsdelen flödade trots allt av diverse sjukdomar under sent 1800-tal, där uppfräschning av stadsrummet förmodligen inte prioriterades, vilket lämnade spår i form av skitiga gator och bristande hygien.⁸⁶

84 Barthes, Roland (1977) s.41

85 Barthes, Roland (1977) s.33

86 <http://www.museumoflondon.org.uk/files/8713/7043/0378/JacktheRipperandtheEastEnd.pdf> s.1

I gränden på hemsidan hänger det till höger en skylt med texten *WHITECHAPEL* på, vilket borde betyda att gränden är en del av just den stadsdelen. Under skylten hänger också en löpsedel där det står ”*GHASTLY MURDER IN THE EAST-END*” på. Genom att presentera gränden som en mörk och ”farlig” plats där ett flertal mord har skett, förmedlas en känsla av 1800-talets osäkra London-gator. På *Ripping Yarns* hemsida presenteras även en bild som förefaller vara en gränd i Whitechapel, med mörka hus längs med sidorna och ett antal lysande gatulyktor. Att gränderna på båda hemsidorna är mörka och verkar skildra East End nattetid tolkar jag som ännu ett bidrag till att förstärka känslan av att Jack the Ripper en gång i tiden också vandrade längs ”gator som dessa”. Gatulamporna upplever jag är karaktäristiska för London och Whitechapel i allmänhet då flertalet sådana finns där, samt att *föreställningen* av Whitechapel i allmänhet även innehåller den typen av symboler. En representation, eller en symbolik, kräver dock att människor redan har en föreställd bild av det som visas, vilket hjälper till att så snabbt som möjligt kategorisera och skaffa sig en uppfattning om saker.⁸⁷ På *Ripping Yarns* hemsida finns det också en röd lackstämpel längst upp på pappret och en klocka/fickur lite längre ner, vilket jag tolkar som någonting ”gammaldags” då varken lackstämplar eller fickur används speciellt mycket i dagens samhälle. Historia och svunna tider är som sagt ett genomgående tema i denna typ av kommunikation och händelserna kring Jack the Ripper har förmodligen haft en stor inverkan på hur East End uppfattas än idag.⁸⁸ Jag uppfattar det som att företagen spelar på människors intresse för historia i samband med spänningen inför det okända. Att gå en Jack the Ripper-vandring ska vara som att göra en tidsresa tillbaka till 1800-talets East End.

Mystik och oavslutade ärenden

Mystiken och gåtfullheten kring Jack the Ripper gäcker oss än idag. Vem var denne brutala mördare och varför mördade han alla dessa kvinnor? Spänningen inför det okända är någonting som jag upplever att företagen spelar en hel del på. När animationen på hemsidan *Ripper-vision* börjar blinka i valvet visas en skepnad i öppningen. Skepnaden har svarta kläder, svart hög hatt som är nerdragen över ansiktet, en röd mantel och en kniv i den högra handen. Sekunden senare försvinner den för att på nytt synas i valvets öppning, lite närmare den som tittar. Skepnaden bör rimligtvis representera Jack the Ripper då han har en hatt som täcker ansiktet, och därmed även identiteten. Skepnaden bär även kniv, vilket var det redskap som Jack använde sig av för att mörda och lemlästa sina offer. Attributen är i sig själva godtyckliga, men genom att placera in dem i ett sammanhang

87 Hall, Stuart (1997) s.16

88 <http://www.museumoflondon.org.uk/files/8713/7043/0378/JacktheRipperandtheEastEnd.pdf> s.4

konstruerar vi människor vissa meningar och betydelser åt dem.⁸⁹ Att vara bekant med historien om Jack the Ripper sedan tidigare gör förmodligen att människor snabbt kan ”identifiera” skepnaden som just Jack the Ripper baserat på attributen som jag nyss redogjorde för. Att sammanlänka olika stereotypa attribut och symboler i vissa sammanhang gör att läsningen av bilden går fortare, samtidigt som det blir lättare att få en ”överblick” över det som presenteras.⁹⁰

Skepnaden i animationen syns enbart i sammanlagt några sekunder, vilket jag tolkar som ett sätt att förstärka anonymiteten. Hela historien är egentligen höljdd i dunkel och många bilder och tolkningar av Jack the Ripper visar på samma strävan efter att dölja hans ansikte. På hemsidan *Ripping Yarns* finns till vänster i bild ett ”blodstänk” med tre olika objekt utplacerade. Ett av dessa är ett förstoringsglas, vilket jag tolkar som en symbol för ”sökandet” efter gärningsmannen i fråga, samt en vilja att fortsätta försöka lösa denna oförklarliga mordgåta. Jag upplever även att det är just detta som många människor tycker är så spännande med hela historien, för att citera Rubinstein: ”*The association of the Ripper with the London of Sherlock Holmes, with fogs, riverside opium dens, the haunts of prostitutes and criminals, virtually adjacent to great wealth and the aristocracy, is enticing to many.*”⁹¹ På *Ripping Yarns* hemsida går det även att läsa att guiderna under vandringen kommer att visa olika bilder från brottsplatserna, brev och annat material relaterat till Jack the Ripper. Är det materialet möjligtvis det ”närmaste” vi kan komma Jack the Ripper och en lösning av gåtan? Jag upplever att företagen bakom hemsidorna lockar med det ”okända” och det ogripbara i fallet. Vem var han egentligen? Många nystar fortfarande i fallet, men hade historien fortfarande varit lika fascinerade om vi hade vetat vem det var? Förmodligen inte. Fallet är trots allt känt för att vara just *olöst*, där många spekulationer kring vem Jack the Ripper var ständigt tillkommer.⁹²

Myten om Jack the Ripper

Efter att ha redogjort för mina teman i anslutning till den konnotativa delen av analysen kommer jag nu att diskutera kring just *myten* om Jack the Ripper, vilket har många likheter med den mystik och de oavslutade ärenden som jag nyss beskrev. Myter är alltså någonting som är uppbyggt av olika symboler och tecken, och för att kunna ”avslöja” en myt måste *tecknen* och *symbolerna* först avslöjas. När turistföretag, och företag i allmänhet, ska kommunicera sina produkter väljer de flesta att använda sig av olika symboler för att potentiella kunder lättare ska kunna identifiera vad

89 Hall, Stuart (1997) s.25

90 Barthes, Roland (1977) s.41

91 Rubinstein, William D. (2000) s.2

92 Rubinstein, William D. (2000) s.1

företagen säljer, och samtidigt kunna placera in symbolerna i ett större sammanhang.⁹³ Myter finns överallt och har potential att etablera sig i de flesta kontexter då ”...*the mythical is present everywhere sentences are turned, stories told (in all senses of the two expressions): from inner speech to conversation, from newspaper article to political sermon, from novel (if there still are any) to advertising image...*”.⁹⁴ De flesta ”etablerade” myter har alltså redan olika symboler kopplade till sig, och i fallet med Jack the Ripper finns det många; blod, kniv, dolt ansikte, mörk gränd etc. Jag kommer nedan att redogöra för hur olika symboler och texter i undersökningsmaterialet kan tolkas i relation till de myter som längre omhuldat händelserna.

I undersökningsmaterialet kan myten om Jack the Ripper gestaltas på olika sätt, och ett första exempel på detta går att finna på hemsidan *Ripper-vision*, där det längst ut till höger i bild finns ett papper, eller ett blad, som det står ”*GHASTLY MURDER IN THE EAST END*” på. Detta blad tolkar jag som en typ av löpsedel, på vilken det kommuniceras att ett hemskt mord har skett i East End. Själva nyheten om mordet, som även når allmänheten via denna löpsedel, bidrar till myten om Jack the Ripper som en ”galen mördare”, fortfarande på fri fot. Mytbildningen kring Jack som ”mördaren som kom undan” blir alltså tydlig då bilden av en löpsedel med en hemsk upplysning finns representerad. Löpsedeln *i sig* skulle dock inte betyda något om det inte vore för dess tillhörande text och det faktum att den förekommer i samband med Jack the Ripper. För att dra en parallell till verklighetens förhållande kring mordet var medieuppståndelsen vid tiden för händelserna stor och i tidningarna skrevs det mycket om fallet.⁹⁵ Trots mediebevakningen och upplysningarna till allmänheten lyckades Jack the Ripper ändå undvika att åka fast, vilket alltså kan ses som en bidragande faktor till händelsernas och förövarens mytiska status. Att komma undan med så pass många och brutala mord bör rimligtvis bidra till en viss uppmärksamhet som på sikt då kan bidra till att ses som en myt.

På hemsidan *Ripper-vision* finns även en gestalt representerad som är klädd i svarta kläder, svart hög hatt som är halvt nerdragen över ansiktet och en röd mantel. Gestalten håller även en kniv i högra handen. Jag tolkar denna gestalt som Jack the Ripper, främst eftersom gestalten håller i en kniv, vilket kan uppfattas som att han håller i mordvapnet som han använde för att mörda sin offer med. Jag drar även slutsatsen om att gestalten är Jack the Ripper på grund av hur han är klädd. Myten om Jack the Ripper kan skönjas i hur han gång på gång representeras och framställs, och att tillskriva honom både en hög hatt och svarta kläder är alltså någonting som ständigt återkommer i

93 Blom & Nilsson (2000) s.18

94 Barthes, Roland (1977) s.169

95 <http://www.museumoflondon.org.uk/files/8713/7043/0378/JacktheRipperandtheEastEnd.pdf> s.4

många sammanhang och har blivit lite av Jack the Rippers signum. Myter har en tendens att ”stjäla” olika symboler och ord och göra dem till ”sina egna”, till en del av myten.⁹⁶ Om jag då återigen tar Jack the Rippers hatt som exempel, vilken utöver dess funktion som huvudbonad, även har blivit en symbol för Jack the Rippers oidentifierbarhet då den på många bilder är neddragen och skyler hans ansikte. Hatten i det här sammanhanget blir då inte *enbart* en hatt, utan även ett medel som används för att upprätthålla hans anonymitet, vilket i slutändan kan ses som en aspekt som bidrar till historiens mytiska perspektiv.

På hemsidan *Ripping Yarns* finns en bild av en mörk gränd med hus längs sidorna och där gatulampor lyser i mörkret. Denna miljö tolkar jag som Whitechapel i East End, alltså den plats där mordet skedde, på grund av att platsen skildras när det är mörkt. Jack the Ripper ”verkade” på just natten och ett skildrande av Whitechapel nattetid kan ses som en tydlig koppling till händelserna. De mörka gränderna kan tolkas som Jack the Rippers ”domäner”, där han med hjälp av mörkret har övertaget och innehar rollen som nattlig ”enväldshärskare”. Myten om Jack the Ripper kan alltså skönjas i myten om Whitechapels gator som ”hemvist för onda makter och skräck”. Precis som jag beskrev under teoriavsnittet så kan myter karaktäriseras av att de ”vanställer” verkligheten då de *förenklar, lägger till och drar ifrån*.⁹⁷ För att ta representationen av Whitechapel som ett exempel kan detta exempelvis ske genom att det först och främst ges en ”förenklad” bild av stadsdelen i materialet, där Whitechapel *endast* representeras då det är mörkt ute. Genom att inte visa hela sanningen, exempelvis att det även finns bilder på Whitechapel under dagtid, blir alltså representationen något förenklad för att passa företagets syfte; att spela på myten om Jack the Ripper. Vad gäller mytens tendenser att ”lägga till och dra ifrån”, kan detta skönjas i det faktum att bilderna och representationerna av Whitechapel på något sätt är *framställda*; de är tagna ur en viss vinkel eller skapade på ett visst sätt, där fotografen/skaparen har allt makt att få med och utesluta vad som passar just dem. Visst är det då de spännande och tilldragande bitarna som väljs, vilket kan ses som en form av ”vanställande” av verkligheten; och allt detta på grund av att fortsätta kunna spela på myten om Jack the Ripper.

Ett fjärde exempel kommer också från hemsidan *Ripping Yarns*, där det längst upp på sidan till vänster finns tre föremål osorterat utplacerade; en grå kniv med röd färg på, ett foto på en människa med stängda ögon och ett förstoringsglas. Kniven med den röda färgen tolkar jag som en bloddräkt kniv *använd* av Jack the Ripper. Även namnet *Ripper*, på svenska; ”uppskäraren”, skvallrar om hans

96 Barthes, Roland (1970) s.229

97 Barthes, Roland (1970) s.227

tillvägagångssätt då kan mördade kvinnorna. Människan på fotot är ett av offren som Jack the Ripper *mördade* och förstoringsglasat kan alltså ses som en symbol för *sökandet* efter vem Jack the Ripper kan ha varit. Alla föremålen kan alltså kopplas till Jack, och bildar tillsammans den helhet som kan sägas bottna i den mytbildning som finns kring honom. Förstoringsglasat får exempelvis sin betydelse genom den kontext som den i *det här* sammanhanget ingår i, och hade kanske i andra situationer ”bara” varit i ett objekt i mängden. Myter har en tendens att skapas kring saker och företeelser som är ”mottagliga” för en ny betydelse eftersom ”...i allmänhet föredrar myten att arbeta med hjälp av dåliga och ofullständiga bilder, där meningen redan är bortrensad och beredd att ta emot en betydelse...”.⁹⁸

De flesta företeelser, händelser, personer, platser etc. har alltså potential till att bli just myter. En myt uppstår och förmedlas oftast genom olika medier, där företag har makten att ”göra” vissa företeelser till myter, och andra inte. Detta kan vara en av anledningarna till varför just historien om Jack the Ripper har blivit så mytomspunnen och omförhandlad. Redan när händelserna var färska diskuterades det mycket i pressen, där många tidningar spädde på den redan påbörjade formationen av myten för att vinna läsare; ”*The press identified their own suspects, interviewed witnesses, published the latest theories, and competed for the most sensational stories to sell the most copies*”.⁹⁹ Att historien tidigt började formats till en myt, i samband med händelsernas ovisshet och dunkelhet, kan till viss del förklara varför den fortfarande lever kvar. Ovissheten inför både mordet och förövaren kan ha gjort att händelserna kom att uppfattas som en slags ”fiktiv berättelse” där många gissningar och spekulationer har kunnat få fritt spelrum. Mordens *unikhet* och morbidity kan även vara en bidragande faktor som gjort att historien än mer kom att sticka ut ur mängden.

Anonymiteten som kantar historien om Jack the Ripper kan även vara en bidragande faktor vad gäller dess plats inom morbidityturismen. I och med vår fascination för det morbida kan hemska händelser vara ett vinnande koncept att spela på i formandet av olika turistattraktioner. Morbidityturismen kantas av många händelser och företeelser som befinner sig i det dunkla. Andra typer av myter som kom att bli attraktiva besöksmål är exempelvis sjön Loch Ness med dess tillhörande sjöodjur ”Nessie” i Skottland och Stonehenge i södra England. Kanske handlar vårt sökande efter sådana typer av platser om mångas intresse för det okända, där själva *ovissheten* i sig blir lockande.¹⁰⁰ Det som lockar vad gäller Jack the Ripper kan även till viss del grunda sig i att vem som helst kan få fantisera och själv utveckla sin egen teori om vad som egentligen hände och vem

98 Barthes, Roland (1970) s.224

99 <http://www.museumoflondon.org.uk/files/8713/7043/0378/JacktheRipperandtheEastEnd.pdf> s.4

100 Blom & Nilsson (2000) s.40

Jack the Ripper var. Människorna blir då *delaktiga* i historien, där händelserna ständigt repeteras och omprövas; vilket gör att historien får ännu större legitimitet och tenderar att omhuldas av ett ännu tjockare lager av mystik.¹⁰¹

Morbidturismen och vår samtid

Morbidturismen är idag ett mycket populärt fenomen som drar många turister och det finns olika teorier kring varför vi väljer att delta i sådana aktiviteter, där de flesta baseras på det samhälle vi nu lever i. Precis som jag beskrev under teoriavsnittet kan morbidturismen ses som en uttrycksform där vi kan få vårt ”sensationsbehov” tillfredsställt, då många inte kan få det i sin vardag.¹⁰² Vi vill resa eftersom vi vill erfara någonting som vi annars inte kan uppleva, samtidigt som turism i allmänhet kan ses som en form av aktivitet som många människor ”behöver” för att orka med vardagen. Vi söker ständigt ”det motsatta” i våra annars relativt trygga liv, där ordet *omväxling* har blivit eftersträvanvärt. Vi vill komma dessa skrämmande, men ändå intressanta, aspekter av historien närmare, dock utan att äventyra vår egen säkerhet.¹⁰³

Vad gäller Jack the Ripper-vandringarna utmanas säkerheten endast i form av ”ord”, vilket kan ses som en del i själva *lockandet* av vandringarna. I kommunikationen spelar företagen på en form av osäkerhet; att besökarna aldrig kan vara ”helt säkra”, trots att de flesta besökare ändå vet att företagen skriver så för att vandringarna ska låta mer spännande och intressanta, och att det i slutändan aldrig handlar om någon *riktig* fara ändå. Jag kommer nu att ge några exempel på detta från mitt undersökningsmaterial. I animationen på hemsidan *Ripper-vision*, framträder det exempelvis olika små vita texter som uttrycker följande: ”Welcome To”, ”Londons Latest”, ”& Most Unique”, ”Tourist Attraction”, ”Be Afraid...”. De sista orden byter dock sedan färg till rött och börjar sedan att ”rinna” och bilda små droppar, vilket jag tolkar som bloddroppar. De sista orden, ”Be Afraid...”, *uppmantar* helt enkelt till att besökarna bör vara rädda då de planerar ett deltagande i vandringen. Trots de rättframma orden, är det ändå underförstått att dessa ord i realiteten inte innebär någon riktig fara. Jag tolkar det som att företaget snarare vill trycka på att *ämnet* och *själva historien* kring händelserna kan verka skrämmande. Genom att uppmana besökarna till att vara rädda, spelar företaget ändå på besökarnas osäkerhet, vilket i sin tur ändå kan ses som det som faktiskt *lockar* människor då spänningen inför vad som komma skall är värd att utforska; om så bara för några timmar.

101 Bauman, Zygmunt (1992) s.223

102 Blom, Thomas (1998) s.4

103 Blom & Nilsson (2000) s.67

Många potentiella kunder skapar idag sitt intresse och sin nyfikenhet för olika turistattraktioner genom de olika mediekanalerna som ständigt kommunicerar dessa, och där marknadsföringen är en viktig del i den processen.¹⁰⁴ Många av alla de företag som anordnar Jack the Ripper-vandringar kommunicerar sina turer via olika medier. Vad gäller mitt undersökningsmaterial handlar det då främst om internet, och hur företagen väljer att sälja in sina turer där. Marknadsföringen är viktig i en stävan efter att locka besökare, och de två företagens respektive hemsidor som jag har undersökt har båda två framhållit en bild av att just *deras* vandring är den bästa. På hemsidan *Ripper-vision* finns nästan längst ner på sidan en lista över argument för varför besökarna ska välja att gå just deras vandring. Överskriften till denna lista ser ut som följer: ”*WHY CHOOSE OUR TOUR?*”, och ett av argumenten lyder: ”*The only Jack the Ripper Tour to use the latest handheld projectors.*”. Just den meningen uppfattar jag som ett sätt för företaget att trycka på det *unika* med just deras turer, att de är det enda företaget som använder denna typ av material under vandringarna, vilket kan ses som ett sätt att förhöja upplevelsen. Ett annat argument är även att de är ”*Powered by the all new Ripper-Vision.*”, vilket också kan ses som att de vill förmedla att de är unika i sitt slag då de använder sådan ny, modern teknik för att förhöja värdet på vandringen. Ännu ett argument om varför besökarna bör välja just deras turer lyder: ”*Our Jack the Ripper Tour operates 7 days a week.*”, vilket kan ses som ett sätt att visa på att de ”aldrig tar ledigt”, utan att vandringarna ständigt avgår. Ett sista argument som jag kommer att presentera här lyder som följer: ”*Due to high demand, please book the Jack the Ripper Walks online.*”, vilket jag tolkar som ett sätt att visa på deras popularitet; att de har så pass hög efterfrågan på sina turer att de hänvisar kommande besökare att boka online för att garantera en plats.

Hemsidan *Ripping Yarns* framhåller en likartad bild av sina vandringar då de exempelvis skriver att: ”*Our company, Ripping Yarns, have been leading Jack the Ripper tours around Whitechapel, London, for over 25 years and although a small company, we believe that the quality of the tour must surpass all expectations.*”. De menar alltså att trots att de är ett litet företag, så håller de ändå hög klass och ger bra vandringar, vilket kan ses som ett sätt att i viss mån ”hävda” sig och bedyra att kvaliteten på vandringarna minsann kommer att överstiga alla förväntningar. Företaget är även angelägna om att upplysa eventuella besökare om att de faktiskt har vunnit en utmärkelse för sina vandringar. De skriver följande: ”*Our Jack the Ripper Tour has just been awarded a Certificate of Excellence by trip advisor.*”, vilket kan ses som ett sätt att visa på att *andra* människor också tycker att denna vandring är bra, inte bara företaget själva. Företaget marknadsför även sig själva genom att betona deras guiders professionalitet och skriver exempelvis: ”*Even if you think you*

104 Blom & Nilsson (2000) s.10

know the story our guides will likely surprise you.”, vilket kan ses som ett sätt att säga att även om historien kring Jack the Ripper redan är bekant, kommer guiderna med sin kunskap garanterat att berätta någonting som många inte visste innan.

Vad gäller deltagandet i olika Jack the Ripper-vandringar i relation till samtiden, vill vi när vi turistar oftast ha en form av ”berättelse” att följa, och helst om någonting som även har förankring i den *verkliga* historien, då ”*Dark Tourism is likely to involve some elements of storytelling...*”.¹⁰⁵ Många morbidityturistiska attraktioner har ett upplägg i form av en berättelse, där attraktionen själv ofta baseras på en händelse i historien som turisterna nu får delta i, från början till slut. I mitt undersökningsmaterial finns även en form av ”berättelse” närvarande, där de exempelvis på hemsidan *Ripping Yarns* skriver följande: ”*Your guide will take you on a journey through the streets of Whitechapel, on the trail of Jack the Ripper*”.¹⁰⁶ Besökarna kommer alltså att få följa med på en *resa* i Jack the Rippers fotspår. Verklighetsförankringen i dessa typer av aktiviteter är dock ändå viktig för att på något sätt kunna *känna* både för, med och emot händelserna. Många känslor har en tendens att komma fram hos besökarna när det gäller olika former av just morbidityturism, eftersom ”*Vi fascinerar, skräms och samtidigt lockas av ond bråd död.*”.¹⁰⁷ Att delta i olika former av morbidityturism kan även ses som ett ”substitut” för andra saker som vi inte orkar handskas med i våra liv, och som på något sätt då kan ge oss den tillfredsställelse vi behöver, utan personlig inblandning.¹⁰⁸ Vi har alltså genom denna ”kontrollerade” form av aktivitet möjligheten att ställa ansikte mot ansikte med det obehagliga och skrämmande, för att på konstgjord väg frigöra oss från våra demoner.

Att leva med döden

Vi är alla medvetna om att vi någon gång kommer att dö, vilket också är det enda som vi med all säkerhet vet kommer att ske. Denna medvetenhet är grunden till allt kulturskapande, då kulturen kan ses som den uppgift vi människor åtar oss för att bringa mening i våra liv den stund vi har på jorden.¹⁰⁹ Döden är en central del i de flesta kulturer, då den oupphörligen har påverkat och fortfarande påverkar oss människor. Våra liv kretsar även till stor del kring döden, vilket egentligen är det enda fixt och fasta som vi kan ställa andra saker i relation till så som existens, tid, mening etc.

105 Lennon & Foley (2000) s.120

106 *Ripping Yarns* <http://www.jack-the-ripper-tours.com/> (2015-12-09)

107 Blom, Thomas (1998) s.59

108 Blom & Nilsson (2000) s.71

109 Bauman, Zygmunt (1992) s.13

Eftersom döden är en såpass central i våra liv, finns den även representerad inom turismen. För att koppla detta till mitt undersökningsmaterial så finns det där många anspelningar på både död och lidande. På hemsidan *Ripper-vision* finns det längst till höger, som jag tolkar det, en löpsedel som det står ”*GHASTLY MURDER IN THE EAST END*” på, vilket ordet *MURDER* är en klar anspelning på att någon har mördad någon annan. Döden är i det här exemplet central i form av ett ord, vilket finns representerat i en fiktiv/animerad miljö med anspelning på en riktig plats; East End, området där Jack the Ripper på riktigt mördade sina offer. På samma hemsida finns det även en animation, där det i slutet av denna framträder en kniv som gör ett ”snitt” i datorskärmen, varpå en röd klump uppstår och börjar rinna ner över skärmen. Detta kan även relateras till döden då kniven i sammanhanget kan ses som ett mordvapen som skär ett snitt i någonting, varpå blod sedan uppstår. Detta kan alltså liknas vid Jack the Rippers handlingar, då han använde en kniv för att ”skära upp”, och därmed *mörda*, sina offer. Blodet, enligt min tolkning, som uppstår på skärmen gör även sitt i representationen av död och lidande eftersom blod kan ses som en symbol för just smärta. På hemsidan *Ripping Yarns* finns även döden representerad i form av ett foto på en människa med stängda ögon. Detta är alltså ett foto på ett av Jack the Rippers offer efter att döden inträffat, och kan ses som en tydlig anspelning på döden. I och med att fotot föreställer just en död människa, i relation till vetenskapen om Jack the Rippers handlingar, kan denna bild i hög grad ses som en *personifiering* av både döden och lidandet.

Det är svårt, om inte omöjligt, att helt eliminera döden som tanke och koncept. Döden skulle kunna ses som ett typ av ”problem” för oss människor, där livets slut sätter käppar i hjulet för vår fortlevnad. Problem å andra sidan brukar ha någon form av ”lösning” som motpol, vilket döden inte tycks ha.¹¹⁰ Då är det lätt att ifrågasätta om vi verkligen borde se på döden som ett ”problem”. Det vore kanske bättre att se på den som en självklar del av livet, men visst är det svårt att acceptera sin framtida bortgång där enbart *vetenskapen* om den kan bidra till både ångest och fruktan. Det är kanske så att ”*Medvetenheten om döden är och måste vara traumatisk.*”¹¹¹ I och med att vetenskapen om vår död i många fall leder till både ångest och fruktan, blir döden alltså en företeelse förbunden med starka känslor. Känslor är även någonting som företagen bakom Jack the Ripper-vandringarna tycks spela på i förmedlandet av sina vandringar, och framförallt känslor i förhållande till död och skräck. Även om det kan tyckas vara ”negativa” känslor som företagen spelar på, vinner de ändå både uppmärksamhet och intresse eftersom denna typ av kommunikation många gånger ”står ut” på grund av dess morbida framtoning.

110 Bauman, Zygmunt (1992) s.31

111 Bauman, Zygmunt (1992) s.26

I undersökningsmaterialet kan spelandet på känslor så som exempelvis ångest eller rädsla ta sig i uttryck på lite olika sätt. På hemsidan *Ripper-vision* finns det exempelvis en animering som bra kan beskriva hur företagen spelar på de potentiella besökarnas känslor. I animeringen visar sig först en gestalt i öppningen av ett valv. Gestalten bär mörka kläder och håller en kniv handen, varpå gestalten sedan försvinner, för att någon sekund senare åter synas i bild, lite närmare den som tittar. Sekunden senare är gestalten borta igen, och en kniv skär ett ”snitt” över datorskärmen, varpå det uppstår röd färg som kan liknas vid blod. Gestaltens försvinnande och sedan återuppståndelse närmare i bild kan framförallt ge upphov till känslor av rädsla på grund av överraskningsmomentet där gestalten framträder *ännu en gång*, närmare den som tittar. Tittaren vet då inte vart han eller hon har gestalten, och vet därmed inte heller vad nästa ”steg” i animationen kan bli. Nästa steg är dock kniven som ”skär upp” datorskärmen, vilket också kan ses som ett överraskningsmomentet då det sker relativt fort och oförberett. Osäkerheten över vad som komma skall i samband med *spänningen* över vad som komma skall kan dock ses som en del i det som lockar människor. Till animationen som jag nyss beskrev finns även ljud, vilket kan beskrivas som först relativt entonigt, men som sedan övergår i ett hårt pianospel. Under kapitlet om skräck drog jag en parallell mellan detta ljud och ljudet som hörs i många skräckfilmer, vilket också är en genre som spelar på olika känslor som exempelvis skräck, rädsla och ångest. Genom att det även finns med ljud i kommunikeringen av vandringen, bidrar det till ännu en dimension som hjälper till att skapa vissa känslor. Ljudet förstärker bilden och kan därmed skapa *ännu starkare* känslor av både ångest, skräck och spänning.

Vad gäller uppmärksamhet och att stå i centrum kantas dagens samhälle av att det är mycket svårt att *ensam* befinna sig i strålkastarljuset speciellt länge.¹¹² Uppmärksamheten riktas idag åt många olika håll vilket gör att det kan uppkomma olika former av rivalitet aktörer emellan. Detta är centralt vad gäller de företag som ger Jack the Ripper-vandringar, då det finns så pass många olika vandringar för besökarna att välja mellan. För att stå sig i konkurrensen gäller det alltså att kommunicera en så spännande och iögonfallande vandring som möjligt, där vinnaren av uppmärksamheten även i förlängningen blir vinnaren av flest besökare. Dagens brist på mening kan även omvandlas till en ”strategi” som företagen väljer att locka med när de antar rollen som ”meningsförmedlare” då de inbjuder besökare att delta i en av världens mest uppmärksammade mordgåtor. Denna form av makt blir då till en typ av ”lockelse”, där vandringsdeltagarna tenderar att se vandringen som en ”viktig” aktivitet att delta i.¹¹³ På hemsidan *Ripping Yarns* kan detta exempelvis ta sig i uttryck genom följande citat: "*Prepare yourself for a terrifying experience you'll*

112 Bauman, Zygmunt (1992) s.235

113 Bauman, Zygmunt (1992) s.242

never forget by joining us on the greatest Jack the Ripper tour in town!"¹¹⁴ Detta citat spelar alltså på en typ av lockelse, där företaget vill förmedla att ett deltagande i deras vandring kommer leda till en "fasansfull upplevelse" som besökarna aldrig kommer att glömma.

Vår *fascination* för döden är också en viktig pusselbit vad gäller vår relation till den. Att frivilligt titta på skräckfilmer eller läsa skräckromaner kan, liksom ett deltagande i olika skräckvandringar, ses som en aktivitet kantad av skräckblandad förtjusning. Genom att titta på exempelvis skräckfilmer kan vi komma åt speciella känslor som vi annars inte har möjligheten att känna.¹¹⁵ Vi räknar med att reagera och känna på ett visst sätt, vilket producenterna ofta är mycket väl medvetna om. Företagen bakom Jack the Ripper-vandringarna är även de väl medvetna om vad de bör locka med för att få besökarna att känna på ett visst sätt, vilket de hoppas ska generera i ett deltagande. "Publiken uppsöker aktivt skräckfiktion för att införas i en både skrämmande och nöjsam föreställningsvärld som inte är underkastad verklighetens restriktioner eller möjligheter. Framställningen förväntas ge en så intensiv känslomässig upplevelse att läsaren eller åskådaren tillfälligt glömmet sig själv och sin egen vardag."¹¹⁶ Ett aktivt uppsökande av skräck grundar sig alltså i att vi människor vill delta i skräckfyllda sammanhang som vi i vardagen inte kan nå, utan att utsätta oss för riktig fara. I trygga miljöer kan vi för en stund få utlopp för vår fascination, för att sedan återgå till vardagen igen. Skräckfilmer utspelar sig också ofta i historisk tid, där varje era står för vissa attribut som kan kopplas ihop med en typ av rädsla. "Samtidigt som skräckberättelsen förutsätter ett nostalgiskt förhållande till gotiska byggnader och gångna epoker så gestaltar den en skräck för detta okända förflutna."¹¹⁷ Detta går att skönja vad gäller representationen av Jack the Rippers mord, där East End är platsen i händelsernas centrum. East End porträtteras som en mörk och skrämmande plats, där en känsla av osäkerhet förmedlas. Visst har det inte med East End i sig att göra, utan Jack the Ripper och hans gärningar, men platsen förknippas ändå med just *morden*. East End har blivit en symbol för ett okänt förflutet med Jack the Ripper i spetsen, vilket gör att platsen i många sammanhang har kommit att förknippas med just skräck.

Kulturarvets närvaro

Den här uppsatsen präglas av ett kulturarvsperspektiv och ett kulturarv kan definieras som någonting som äldre generationer har producerat, men som vi idag har tillskrivit nya tolkningar och användningsområden. Så fort någonting har fått statusen som just ett *kulturarv*, får arvet i fråga

114 *Ripping Yarns* <http://www.jack-the-ripper-tours.com/> (2015-12-09)

115 Leffler, Yvonne (2001) s.30

116 Leffler, Yvonne (2001) s.134

117 Leffler, Yvonne (2001) s.52

automatiskt en helt ny innebörd kopplad till sig. Ett kulturarv är alltså någonting som vi har *skapat*, inte någonting som nödvändigtvis endast ”finns” där.¹¹⁸ Objekt, historier, händelser etc. har blivit *utvalda* att klassas som kulturarv, vilket är en lång process som sker över tid. Varför kan då historien om Jack the Ripper ses som ett sådant arv? Jack the Ripper är först och främst en mytomspunnen historisk person och händelserna kring honom utspelar sig i en historisk tid. Själva traderingen av historien, ända in i nutid, kan ses som ett immateriellt kulturarv som fortfarande återberättas och används på olika sätt. Dagens Jack the Ripper-vandringar kan ses som ett typ av ”återbruk” av historien, där händelserna ständigt återberättas och återupplevs. Många turistattraktioner baseras på välkända händelser eller platser, där kulturarvet har *gjorts* till en historisk aktivitet och där besökare erbjuds ett inträde till en ”annan värld”; för att citera Eriksen, Garnert och Selberg: ”*Iscensatta kulturarv har blivit lönsamma produkter i en växande upplevelseindustri.*”¹¹⁹

Jack the Ripper-vandringar bör dock inte *enbart* ses som ett immateriellt kulturarv med tanke på alla brev och foton som kan kopplas till fallet. Även kvarteren i East End där vandringarna äger rum kan ses som ett materiellt kulturarv, där gatorna i sig minner om en svunnen tid. Många kulturarv uppmärksammas och används genom någon form av turistverksamhet som kan ses som en arena där allmänheten får chansen att ta del av det gemensamma arvet. ”*Det förflutna finns inte bara där för att reminiscera kring och drömma om. Det förflutna är en scen att i nuet agera från.*”¹²⁰ Våra upplevelser av en plats, i det här fallet East End, präglas på samma gång av flera olika tidsepoker. De flesta platser har flera olika ”lager” av spår från gångna tider, där spåren kan ses som olika ”årsringar” som ristat in sin närvaro under årens lopp. Flera tidsdimensioner kan på samma plats vara närvarande, vilket är fallet med East End där gamla boningshus från 1800-talet varvas med modernare inrättningar så som sushibarer och nattklubbar. Inom turistindustrin är det idag vanligt att spela på gamla tiders pittoreska särprägel och det är inte helt sällsynt att platser idag rensas från modernare inslag för ett ”äldre” helhetsintryck.¹²¹ En del platser, så som exempelvis East End i London, har ”lättare” för att gestalta historien än andra eftersom platsen rent fysiskt vad gäller husfasader etc. inte har genomgått speciellt omfattande omvandlingar. Dock behövs det även fler dimensioner i gestaltandet av en svunnen tid, så som exempelvis vissa ritualer eller kläder, för att lättare kunna komma i ”stämning”. Företaget bakom hemsidan *Ripper-vision* använder till exempel handhållna projektorer för att visa bilder och filmer på husväggarna under vandringens gång, vilket kan ses som en extra dimension i försöket att komma historien *närmare*. På företaget *Ripping Yarns*

118 Eriksen, Garnert & Selberg (2002) s.14

119 Eriksen, Garnert & Selberg (2002) s.33

120 Eriksen, Garnert & Selberg (2002) s.61

121 Eriksen, Garnert & Selberg (2002) s.39

hemsida står det även att guiderna kommer att visa olika bilder från brottsplatserna, brev och annat material som har med Jack the Ripper att göra, vilket även det kan ses som ett sätt att bilda historien samman med materiella föremål.

Platser är inga statiska rum, utan förändras ständigt genom att laddas om med olika betydelser och gå igenom olika processer, precis som kulturarv gör.¹²² En plats, och då speciellt en plats som är föremål för turism, har ofta en tendens att ses på med *selektiva* ögon, då ett eller flera *specifika* värden värdesätts högst. I exemplet om East End som utgångspunkt i en Jack the Ripper-vandring blir de mest värdefulla värdena främst de *historiska* i samband med den visuella upplevelsen av East End som plats under sent 1800-tal. Just den eran blir då ”idealet” i hur East End uppfattas då ”*Det selektiva minnets politiska möjligheter ligger i dess förmåga att rikta vår blick, att lyfta fram somligt i ljuset och förpassa annat till skuggorna.*”¹²³

Många samhällen kämpar med att kulturarvet ska vara ”ett arv för alla”, där ambitionen är att varje medborgare ska kunna ta del av det. Händelserna kring Jack the Ripper kan främst sägas vara ett arv för de som har sitt ursprung i East End då ”*Many amateur Ripper historians are Londoners, often with ancestral roots in the East End. For them, Jack the Ripper is a part of their heritage.*”¹²⁴ Jag ser även att London-bor i allmänhet kan räknas in i vems arv historien kring Jack the Ripper egentligen är. Genom att ta tillvara och förvalta våra kulturarv, skänker vi samtidigt eftervärlden en hint om var de ”kom ifrån” och ger dem en form av identitet att i framtiden förhålla sig till.¹²⁵ Men ingenting kan dock stanna i vår värld eller vårt medvetande om det inte används. Ett *brukande* av platser, händelser, saker etc. kan, åtminstone för ett tag, bidra till att de inte faller i glömska.

Avslutande diskussion

Syftet med studien var att undersöka hur Jack the Ripper-vandringar kommuniceras via två olika hemsidor och vilka bakomliggande myter och symboler som gick att finna i kommunikationen, och syftet var även att diskutera kring vad denna typ av turism kan säga om vårt samtid. För att kunna besvara den första delen av syftet gjorde jag en semiotisk analys på mitt undersökningsmaterial, både genom en denotativ och en konnotativ nivå. Genom konnotationen kunde jag delvis finna vad företagen väljer att locka med på sina hemsidor, samt vilka bakomliggande myter som genomsyrar

122 Eriksen, Garnert & Selberg (2002) s.50

123 Eriksen, Garnert & Selberg (2002) s.34

124 Rubinstein, William D. (2000) s.2

125 Eriksen, Garnert & Selberg (2002) s.13

ämnet som helhet.

Jag delade upp den konnotativa analysen i olika teman varav det första behandlade vilka färger som använts i materialet. De dominerande färgerna var svart och rött, vilket jag tolkade som en representation av såväl mörker som blod. Färger har en viktig roll i hur en bild, eller ett reklammaterial kommuniceras, och kan påverka många aspekter av både den visuella och den symboliska upplevelsen av ett material. Skräckens närvaro var även stor där attribut som blodiga knivar fanns med, vilket kan relateras till skräckfilms-genren. Skräcken är en mycket central del i hur historien kring Jack the Ripper kommuniceras och återfinns i många av mina diskussioner i den här studien. Jag tolkade också East End som en symbolisk plats i samband med Jack the Ripper, vilken kan uppfattas som både mörk och ”farlig”. Att East End blivit till en form av ikon kan även sättas i samband med både historia och besökarnas strävan efter att ”åka tillbaka” till 1800-talets East End genom ett deltagande i en vandring. Mystiken var även ständigt närvarande, baserat på händelsernas dunkelhet och okända förövare, vilket givit upphov till spekulationer som tenderat att ytterligare spä på mystiken. En bakomliggande myt i kommunikationen kunde även vara det faktum att *Jack the Ripper själv* tenderar att uppfattas som en mytomspunnen person på grund av sin anonymitet. Vad som egentligen hände den där hösten 1888 är mycket omtvistat, där många spekulationer har bidragit till händelsernas ”mytiska” status. Idag ses Jack the Ripper i många fall som endast en ”figur”, där han som en symbol får stå för både ondska och död.

Den sista delen av mitt syfte har jag försökt svara på dels i diskussionen om morbidturismen, där många idag reser för att uppleva sådant som annars inte kan nås i vardagen och där massmedia i samband med ett produktskapande spelar en stor roll. Massmedia har en stor roll i vår samtid överhuvudtaget, vilket därmed blir en viktig kanal för olika företag att nå ut till sina potentiella kunder med. Att vi turistar i död och lidande kan även ses som ett substitut för andra saker vi tvingas handskas med i våra liv, men som vi kan få utlopp för via just morbidturismen. Vad denna typ av turism kan säga om samtiden bottenar också i att vi har ett behov av att uppleva skräck, fast väljer att göra det på avstånd, bakom det skyddade plexiglas. Den sista delen av syftet har jag även försökt svara på i diskussionen kring samtidens relation till döden då vi idag lever *med* den eftersom den, främst via massmedia, ständigt är närvarande. Eftersom döden är central i våra liv på många sätt, finns den då även representerad inom turismen. Döden ger även upphov till starka känslor, vilka företagen i mitt undersökningsmaterial sedan valde att spela på i kommunikationen av sina vandringar. Samtiden präglas även av att företag ständigt måste tävla om uppmärksamheten från konsumenterna för att kunna stå sig i konkurrensen, vilket bidrar till att många väljer att

försöka locka kunder på bästa möjliga iögonfallande sätt. Företagen inom morbidturismen måste därmed rimligtvis också ”tävla” om sina besökare, vilket i fallet med Jack the Ripper-vandringarna sker genom att ha den mest uppseendeväckande och skräckinjagande reklamen. Dagens popularitet vad gäller skräckvandringar kan även sättas i samband med vår fascination för skräckfilmer, där filmskaparna mycket väl vet vad de ska ”spela” på för att ge tittaren vissa känslor. Likaså gäller alltså för företagen som erbjuder Jack the Ripper-vandringar.

Som framtida forskning föreslår jag en studie av dessa typer av vandringar utifrån besökarnas perspektiv, där såväl mailfrågor som intervjuer skulle kunna bevara andra frågor kring ämnet. Ett involverande av andra människors tankar och åsikter skulle alltså kunna bidra till andra former av svar på varför vi idag fascineras av det morbida. Även en studie med ett genusperspektiv skulle kunna vara fördelaktig för att noggrannare kritiskt granska kvinnornas plats i materialet. Genom att tillämpa en diskursanalys skulle möjligtvis det som *inte* finns representerat även kunna avslöjas, och inte enbart analysera den som faktiskt finns representerat i materialet. Jag föreslår även en studie kring olika temavandringar i allmänhet, där en jämförande studie möjligtvis skulle kunna resultera i intressanta svar. Vad finns det exempelvis för skillnader mellan en spökvandring förlagd i Gamla Stan i Stockholm och en *Beatles*-vandring i Liverpool?

Källförteckning

Tryckta källor:

Barthes, Roland (1970) *Mytologier*. Staffanstorp: Cavefors

Barthes, Roland (1977) *Image, music, text*. London: Fontana Press

Bauman, Zygmunt (1992) *Döden och odödligheten i det moderna samhället*. Göteborg: Daidalos

Blom, Thomas (1998) *Morbidturism: en postmodern marknadsnisch – från Lenin till Diana*. Karlstad: Högskolan i Karlstad

Blom, Thomas & Nilsson, Mats (2000) *Symbolturism, morbidturism, mytturism: turistiska produkter av vår tid?* Karlstad: Institutionen för samhällsvetenskap, Turism & fritid, Univ.

Ehn, Billy & Löfgren, Orvar (2012) *Kulturanalytiska verktyg*. Malmö: Gleerup

Eriksen, Anne, Garnert, Jan & Selberg, Torunn (2002) *Historien in på livet - Diskussioner om kulturarv och minnespolitik*. Lund: Nordic Academic Press

Gunnemark, Kerstin (2011) *Etnografiska hållplatser - Om metodprocesser och reflexivitet*. Lund: Studentlitteratur

Hall, Stuart (1997) *Representation – Cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publications

Kaijser, Lars & Öhlander, Magnus (2011) *Etnologiskt fältarbete*. Lund: Studentlitteratur

Leffler, Yvonne (2001) *Skräck som fiktion och underhållning*. Lund: Studentlitteratur

Lennon, John & Foley, Malcolm (2000) *Dark Tourism – the attraction of death and disaster*. London: Continuum

Artiklar:

Museum of London (2011) *Jack the Ripper and the East End*

<http://www.museumoflondon.org.uk/files/8713/7043/0378/JacktheRipperandtheEastEnd.pdf>

Rubinstein, William D. (2000) *The hunt for Jack the Ripper*

http://w3.salemstate.edu/~cmauriello/pdf_his102/Ripper.pdf

Internetkällor:

Ripper-vision <http://www.thejacktherippertour.com/> (2016-01-03)

Ripping Yarns <http://www.jack-the-ripper-tours.com/> (2015-12-09)

<http://www.jack-the-ripper-tour.com/the-victims> (2016-01-03)