Tycke och smak - om keramik

Anne Rindell

Magisteravhandling

Magisterprogrammet i konstforskning

Estetik

Humanistiska fakultet

Helsingfors universitet

Maj 2026

Abstrakt

Fakultet: Humanistiska fakultet

Utbildningsprogram: Magisterprogrammet i konstforskning

Ämne: Estetik

Skribent: Anne Rindell

Arbetets titel: Tycke och smak – om keramik

Magisteravhandling

Månad och år: Maj 2026

Handledare: Professor Arto Haapala

Plats: Helsingfors universitetsbibliotek

Sidantal: 42

Nyckelord: smak, keramik, amatörkeramiker, Pierre Bourdieu

Abstrakt: Under de senaste åren har självgjord keramik haft ett markant uppsving i Finland. Det stora intresset för självgjord keramik har i Finland lett till ny företagsamhet inom området då nya keramikverkstäder grundats för amatörer men också till att köerna till arbetarinstitutens keramikkurser vuxit nämnvärt. Man frågar sig, varav detta intresse för självgjord keramik? Det nya stora intresset för självgjord keramik väcker frågan huruvida de fabriksgjorda bruksföremålen av jämn kvalitet håller på att förlora i sitt estetiska värde jämfört med ojämna unika självgjorda bruksföremål? För att få synvinklar kring frågorna kring smak specificeras syftet för denna avhandling till *hur uppfattas begreppet smak inom estetik*. Med en explorativ induktiv kvalitativ studie sökes dessutom empirisk förståelse för *hur uppstår smak bland amatörkeramiker gällande de keramiska bruksföremål de tillverkar?* Arbetet är positionerat inom vardagsestetik, närmare sagt, inom den expansiva synen där man inte ser någon egentlig skillnad mellan konstens och vardagens estetik utan upplevelsen kan vara unik och särskild, som med de självgjorda keramikföremålen. Den teoretiska referensramen består av synvinklar som stöder synen att smak är individuellt men också socialt konstruerad. En empirisk explorativ induktiv kvalitativ studie gjorde genom att intervjua sex amatörkeramiker i åldersgruppen över 60 år som deltar på en keramikkurs på Helsingfors Arbis. Resultatet av studien kan sammanfattas som att man uppskattade det unika, handgjorda, antingen robusta eller stilrena men alltid det oförutsägbara. Förebilder var andra keramiker, läraren men även gelikar, det vill säga andra som gick på samma kurs, amatörer. Känsla var en ny upptäckt dimension av smak. För övrigt stöder resultatet att smak uppstår och utvecklas både som en individuell sensibilitet för det estetiska och socialt i enlighet med sociologen Pierre Bourdieus tankar om smak. Fortsatt forskning uppmuntras till både kring forskningsfrågan bland andra åldersgrupper samt andra kontext men speciellt kring hur känslan för det egna keramikföremålet inverkar på hur smak uppstår.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Abstrakt 2
1 Inledning 1
2 Teoretisk referensram 5
2.1. Vardagsestetik 5
2.2. Uppfattningar om smak 8
2.3. En sociologisk syn på smak 11
2.4. Finsk smak 16
2.5. Finlandssvensk smak 18
2.6. En etnologisk syn på smak 19
3 Den empiriska studien och forskningsstrategi 21
4 Resultat från den empiriska studien 26
5 Avslutning 34
KÄLLFÖRTECKNING 40

1 Inledning

Keramik[1] är en av de äldsta former av mänskligt hantverk. De flesta fynden av tidig keramik har gjorts i Kina, den ryska delen av Fjärran Östern, Japan och Korea. Kärlen har varit mycket tjocka, lågbrända och gjorda av fiberblandad keramik. De tidigaste fynden är från ca 10 000 f.Kr. Keramik har alltså gjorts sedan urminnes tider redan före man började odla jorden. Kärlen användes till att förvara och tillreda mat. (Wang & Sebillaud, 2019, 73) De tidigaste keramikfynden i Finland är från 5300-5100 f.Kr. och även här före man började odla jorden. Likaledes användes kärlen för att förvara och tillreda mat inom jägar-samlar-fiskekultur. (Pesonen, P. et al., 2024)

En av de första moderna konstindustriella fabrikerna inom keramik i Finland var Aktiebolaget Iris som var verksam i Borgå under 1897-1902. Fabriken grundades av Louis Sparre och keramikavdelningen leddes av A.W. Finch, båda kanske mera kända som bildkonstnärer. Fabriken stod även många andra konstnärer nära. Iris anses vara en viktig startpunkt för finsk konstindustri. Den grundades som motvikt för importerad keramik av dålig kvalitet. Trots att fabriken var verksam bara under fem år blev den legendarisk. (www.porvoomuseo.fi[2]) En annan viktig keramik fabrik som ännu idag är verksam – åtminstone som varumärke - är Arabia, grundad 1873 och känd för sin keramik och porslin.

Trots den långa historia av keramikindustri i Finland är fokuset i detta arbete inte på den industriella verksamheten av keramik utan på självgjord keramik som amatörer gör på olika kurser i Finland.

Keramikkurser som hobbyverksamhet för gemene man förekom på till exempel Arbis (Arbetarinstitutet i Helsingfors) redan på 1950–1970-talet, när hantverk blev populärt i Finland (www.skolhistoria.fi[3]).

Under de senaste åren har självgjord keramik haft ett markant uppsving i Finland. Även internationellt verkar intresset vara stort. Det brittiska programmet *The Great Pottery Throw Down* av BBC samlar ihop 12 amatörkeramiker (eng. Home potters) till Stoke-on-Trent för att tävla om titeln Top Krukmakare (Top Potter). Programmets första avsnitt sändes år 2015 och sedermera har 7

[1] Ordet keramik kommer från det grekiska ordet *keramos* som betyder krukmakarlera.
[2] Porvoomuseo.fi https://www.porvoonmuseo.fi/ilmiomainen-iris-laikkyy-vareissa/, visiterad 26.4.2026

[3] Skolhistoria https://skolhistoria.fi/helsingfors-stads-svenska-arbetarinstitut-helsingfors/, visiterad 26.4.2026

serieomgångar filmats. I USA och Kanada har man kunnat följa serien sedan 2020 och i Kanada har man redan gjort en egen inhemsk version av programmet 2024. I Finland har det brittiska programmet sänts sedan 2021 under namnet Suuri Keramiikkakisa. Trots att fenomenet och intresset för självgjord keramik eventuellt är internationellt är fokuset i denna avhandling på Finland och amatörkeramikerna här.

Det stora intresset för självgjord keramik har i Finland lett till ny företagsamhet inom området då nya keramikverkstäder grundats för amatörer men också till att köerna till arbetarinstitutens keramikkurser vuxit nämnvärt. I, till exempel Helsingfors Arbis tog kursplatserna för hösten 2024 slut på ett par minuter, hela anmälningssystemet kollapsade av mängden kontakter till servern och 350 blev utan en kursplats när hela antalet kursplatser på keramikkurserna är 78. Situationen har varit liknande på de finskspråkiga arbetarinstituten och samma situation fortsatte hösten 2025. Man frågar sig, varav detta intresse för självgjord keramik?

Då jag själv deltar på en keramikkurs för amatörer på Arbis för tredje året i rad kan jag konstatera att man måst vara snabb med anmälningen för att få en plats på kursen. En stor del av deltagarna är också samma från år till år. Detta leder till att mången är relativt skicklig i sin hobby. De föremål som människor gör på dessa kurser är bruksföremål som muggar, serveringsfat, vaser, vattenfat för fåglar och andra djur i rabatten, det vill säga föremål för vardagen i både hemmet och trädgården.

Dessa självgjorda keramikföremål skiljer sig från fabriksgjorda serietillverkade bruksföremål. Serietillverkade föremål strävar efter att föremålen är sinsemellan lika och av jämn kvalitet både när det gäller form och färg. Självgjorda bruksföremål kännetecknas däremot av en viss robusthet i arbetsteknik och användningen av lera, vilket leder till en viss ojämnhet i form. När dessutom glaseringen är handgjord blir slutresultatet mer eller mindre oförutsägbart både när det kommer till formen och färgen på föremålet. Sålunda är varje självgjort föremål mer eller mindre unikt. Det att amatörer gör keramikföremålen behöver inte betyda att de inte skulle kunna förlikas med konst. En del av deltagarna är mycket skickliga även om de inte fått professionell skolning inom ämnet och vissa ställer även ut sina föremål till försäljning på välansedda konstgallerier.

Till skillnad från fabriksgjord keramik där tillverkningsprocessen till stor del är automatiserad deltar man på Arbis i hela tillverkningsprocessen från planering och tillverkning till glasering av föremålet. Endast bränningen av föremålen görs av kursens ledare som är en utbildad keramiker. Dessa skillnader mellan fabriksgjorda och självgjorda keramikföremål gäller ofta även när professionella keramiker gör keramik.

Även om föremålen är unika och ofta mycket vackra gör de flesta deltagarna på Arbis kurser bruksföremål till hemmet, stugan eller som gåva, inte som konstverk att ställas ut eller säljas för allmänheten. Därför positioneras detta arbete inom vardagens estetik.



Bild 1 Exempel på en självgjord keramikskål[4] © Anne Rindell

Det nya stora intresset för självgjord keramik väcker frågan huruvida de fabriksgjorda bruksföremålen av jämn kvalitet håller på att förlora i sitt estetiska värde jämfört med ojämna unika självgjorda bruksföremål? Eller är det så att båda har sin plats i hemmen men intresset för att göra keramik själv har ökat?

Vad som upplevs som vackert är förstås individuellt, subjektivt. Trots kulturella skillnader i smak förekommer uttrycket ’efter tycke och smak’ på flera språk. I till exempel finskan används uttrycket ’makunsa kullakin’ och ”makuasioista ei kannata kiistellä”. Dessa uttryck låter påskina att varje individs smak är lika värdefullt och att det finns en mångfald av ”rätt och god” smak.

[4] Alla fotografier i detta arbete är tagna av mig själv av föremål jag gjort själv. © Anne Rindell

Vad är då smak? Den franska sociologen Pierre Bourdieu beskriver begreppet smak som en ”förmåga till omedelbara och intuitiva omdömen om estetiska kvaliteter” (1986, 240). Han förliknar denna förmåga med förmågan att urskilja till exempel maträtters olika smaker och föredra vissa framom andra. Smak kan sålunda även ses som en förmåga till omdöme, att kunna göra en distinktion, att kunna skilja konst från icke-konst, bra konst från dålig konst, det vill säga att ha bra smak. (ibid) ”Själva grunden för preferenserna är smaken” (Bourdieu, 1986, 303) men Bourdieu (1986, 265) hävdar att smak inte är individuellt utan socialt betingat och att smak är bundet till ens ekonomiska, sociala och kulturella bakgrund som alla tillsammans utgör ett tredimensionellt rum, kapitalets totalvolym.

För att få synvinklar kring frågorna kring smak specificeras syftet för denna avhandling till *hur uppfattas begreppet smak inom estetik*. Med en explorativ kvalitativ studie sökes dessutom empirisk förståelse för *hur uppstår smak bland amatörkeramiker gällande de keramiska bruksföremål de tillverkar?* För att svara på syftet görs en litteraturgenomgång om begreppet smak inom estetik. Den empiriska frågan svaras via en explorativ kvalitativ studie med tematiska öppna intervjufrågor. Studien har även drag av en etnografisk studie eftersom skribenten/intervjuaren själv deltar på samma eller likadan keramikkurs som informanterna och ser alla de föremål som görs på de olika keramikkurserna, vilket ökar tillförlitligheten i analysen. Etnografi hänvisar till en forskningsprocess i vilken forskaren själv deltar i samma processer som informanterna och på detta sätt kan få en djupare förståelse om sitt forskningsområde.

Metoden presenteras närmare i kapitel 3, resultaten från studien i kapitel 4 och en diskussion kring slutsatser gällande forskningsfrågan diskuteras i kapitel 5.

Näst ges först en teoretisk översikt över begreppet vardagsestetik och hur smak diskuterats inom estetik.

2 Teoretisk referensram

I detta kapitel diskuteras först vardagsestetik och sedan hur smak har uppfattats inom estetik. Därefter presenteras en sociologisk syn på hur smak uppstår. Därefter behandlas studier kring finsk smak, finlandssvensk smak samt en etnologisk syn på smak.

2.1. Vardagsestetik

Enligt modern estetik finns det knappast några gränser för vad en estetisk upplevelse kan grunda sig i [5](Saito, 2025). En estetisk upplevelse kan sålunda ha sin grund i ett konstverk likaväl som i en vardaglig upplevelse i omgivningen eller i vardagen. Målet inom vardagsestetik är att öppna upp en estetisk synvinkel inom den breda variation av estetiska upplevelser som finns i människors vardag: i vardagliga umgängen, olika vardagliga aktiviteter och vardagliga upplevelser och vardagsföremål. (ibid)

Vardagsestetik är ett begrepp inom estetik där fokuset är, som ordet säger, på vardagen (fin. arjen estetiikka) och vilken relation vi bildar till det/den. Lika som inom konst kan något i vardagen vara väldigt vardagligt för en viss person men en unik upplevelse med stark estetisk förankring för en annan.

Vardagsestetik kan ses som en utvidgning av estetik som traditionellt har gällt konst och omgivningen. Saito (2025) påpekar att detta gäller närmast den anglo-amerikanska traditionen emedan man utanför denna sfär redan långt tidigare fokuserat på vardagens estetik, till exempel i Japan och Kina.

Vardagsestetik som forskningsområde och fokus har vuxit fram under 2000-talet men redan på 1930-talet problematiserade John Dewey (1859–1952) kring estetiska upplevelser i sin bok *Art as Experience* (1934) som något som även kan hända utanför museer och bland konstsamlingar. Det centrala i begreppet vardagens estetik är att vardagen är relationell. Vardagen handlar inte om något specifikt område eller vissa objekt utan om den relation som vi utvecklar till saker, människor och vår omgivning som vi hela tiden är i växelverkan med. (Puolakka, 2021, 135–137)

Men vad betyder vardag? Enligt den traditionella kristna tron är alla dagar i veckan förutom söndagen (eller helgdagar) vardagar. Vardag och helg kan alltså ses som motpoler, man har vardagskläder men klär sig bättre till helg – traditionellt till söndagsgudstjänsten. Det finns många

[5] Alla översättningar till svenska är gjorda av skribenten själv

motpoler som denna. Man talar om vardagsmat i motsats till söndagsmiddagen, på vardagen promenerar man men på söndagen tar man en söndagspromenad då man flanerar långsammare och mer iakttagande. Till vardags använder man vardagskärl och till helgen något finare. Trots att arbetslivet, tack vare den teknologiska utvecklingen, i stort suddat ut hur vi uppfattar skillnaden mellan vardag och söndag ger till exempel vår lagstiftning möjlighet till högre ersättning för arbete ifall arbetet sker på en söndag eller på en helg. Kan man då dra slutsatsen att vardagen är mindre värd – inte bara penningmässigt utan även mindre uppmärksammad – än helger, något som inträffar från måndag till fredag? Eller kan vardagliga saker inträffa även under söndagar och helger?

Enligt Svenska akademins ordlista [6] är etymologin för ordet vardag att det inte sker på söndagen, att det är vanligt, normalt, alldagligt, ordinärt, men också en tillvaro och tidsrymd (jag längtar till min barndoms vardagar). De otaliga sätt som ordet används på tyder närmast på något väldigt vanligt och återkommande i vår verklighet. Inom den empiriska kontexten för detta arbete skulle vardagskeramik hänvisa till de föremål som används i vardagen i motsats till finservisen för helger och festligheter. Men hur ser man på de unika keramikföremål man själv gjort? Höjer de sig över vardagen?

Begreppet vardagsestetik har, från olika synvinklar, fokuserats på estetiska upplevelser i vardagen och hur man då evaluerar estetiska fenomen. Generell kan tudelningen sammanfattas i *den restriktiva* och *expansiva synen på vardagsestetik*. Den expansiva synen ser ingen egentlig skillnad mellan konstens och vardagens estetik utan kännetecknas av att upplevelsen kan vara unik och särskild, som med de självgjorda keramikföremålen. Den restriktiva synen, som Leddy kritiserar, hävdar däremot att vardagens estetik kännetecknas av det vanliga, vardagliga, typiska och dagliga. (Leddy, 2015, 1–2)

Den restriktiva synen, som även kan kallas den vardagliga eller alldagliga synen[7], handlar om ”ett visst förhållningssätt som utvecklas över tiden till de saker, människor eller omgivningar som vi är i växelverkan med hela tiden” (Puolakka, 2021, 137). Utmaningen är att fånga det estetiska i det alldagliga, familjära, vanliga och vardagliga i vardagen.

Enligt Melchionne (2013) gäller den vardagliga synen det generella och universella i vår vardag gällande mat, kläder, boende, och det sociala. Om vi betraktar något annat i vardagen blir det kulturspecifikt hävdar Melchionne. Melchionne definierar vardagsestetik i form av fyra kategorier: kontinuerliga (ongoing), gemensamma (common), aktiviteter (activity) och typiskt men inte nödvändigtvis estetiska (typically but not necessarily aesthetic) (Leddy, 2015, 2). Det handlar sålunda

[6] www.saob.se, visiterad 24.9.2024
[7] På finska ”arkisen estetiikka” (Puolakka, 2021, 137)

om rutiner, familjaritet, kontinuitet, tillit, ja, till och med uttråkande gråhet. Denna syn kan kritiseras eftersom vi kan bli vardagligt vana vid, till exempel, ett konstverk – ”en Rembrant” - i vår omgivning. Oberoende av hur fint ett konstverk är kan det hända att det blir helt vardagligt för oss ifall vi dagligen ser det i vår omgivning. Vi kanske inte mera blir hänförda, åtminstone inte på samma sätt som då vi första gången såg konstverket.

Enligt Leddy (2015, 2) vill ”restriktivisterna” undvika att vardagsestetik expanderar mot sådant som inte är dagligt eller gemensamt [bland människor]. Den restriktiva synen räknar inte till vardagsestetik hänförelse, nya saker och upplevelser eller överraskningar utan lämnar det fokuset till konsten och hur vi upplever konst. Fokuset ligger inte på föremål utan fenomen och processer. Naukkarinen (2011, 20) klarlägger restriktivisternas syn genom att hänvisa till Haapala, som argumenterar att vardagen är något man inte ifrågasätter utan det är vanligt, förutsägbart, bekant, pålitligt, obemärkt och alldagligt, rentav grått och rutinartat. Konst däremot är enligt Haapala motsatsen. Den sticker ut, väcker vårt intresse, gör sig uppmärksammad, är främmande och ovanligt.

I denna avhandling är fokuset på fenomenet ”det uppvaknade intresset för självgjord keramik” och forskningsfrågan gäller *hur uppstår smak bland amatörkeramiker gällande de keramiska bruksföremål de tillverkar,* det vill säga, på begreppet smak. För en amatörkeramiker som söker sig till Arbis på en keramikkurs är det kanske inte fråga om någon rutinmässig och alldaglig sysselsättning. Mera kanske så att något som hör vardagen till men inte i ett vardagligt syfte, kanske till och med så att det höjer sig från det alldagliga. Föremålen som görs används sannolikt till största delen i vardagligt syfte men de skiljer sig från fabriksgjorda med sin oregelbundna form och färgsättning. Även om allt till slut kan bli vardagligt och därför inte mera sticker ut, blir ”osynligt”, alldagligt för oss med tiden tror jag att något man själv gjort och som man är nöjd med utvecklar man ett emotionellt band till som kanske lite höjer det från det alldagliga. Sålunda ser jag inte att avhandlingen skulle bygga på den restriktiva synen på vardagsestetik utan närmast på den expansiva synen av vardagsestetik där även en självgjord keramikvas kan höja sig estetiskt i vardagen utan att vara allmänt klassad som konst.

Den *expansiva synen* personifieras närmast till John Dewey (1859–1952) som i många sammanhang kallats för ”the founding father” av vardagens estetik (Puolakka (2021,133). Deweys sammanfattar vardagsestetik som det extraordinära i det ordinära (Puolakka, 2021). Det centrala i Deweys uppfattning om vardagsestetik är att en estetisk upplevelse i vardagen inte är alldaglig utan den höjer sig över det alldagliga i sin spänst, rytm och fulländlighet. Restriktivisterna ifrågasätter just detta och till exempel Saito hävdar att dylika upplevelser är sällsynta i vardagen och därför är

teoribildning kring den deweyska synen omöjlig. Enligt Dewey är de inte sällsynta men vi får kanske inte upp ögonen för det estetiska i vardagen, varken via våra sinnen eller våra tankar men vardagsestetik finns över allt, i den röda brandbilen (Puolakka, 2021, 134) eller i det självgjorda keramikfatet i vardagen.

2.2. Uppfattningar om smak

Det metaforiska begreppet s*mak*, i bemärkelsen *smakomdöme*, är ett debatterat och återkommande koncept inom estetik. Redan Aristoteles tillskrev sinnet en central roll som utgångspunkt för omdöme och visdom. (Townsend, 2014)

Utgångsläget är enligt Bourdieu (1992) både klassificerande och hierarkiskt: god och dålig smak; distingerad och vulgär smak. Det måste också finnas människor utrustade med klassificeringsprinciper så att de kan upptäcka vad som är ”i deras smak”. Enligt Bourdieu existerar smak utan ett mål – en vara eller ett konstverk. Han ger exemplet att man kan söka efter något i enlighet med ens smak utan att hitta det. (ibid, 181) Man har alltså en uppfattning om hur något kunde se ut men hittar inte i verkligheten en sådan vara eller ett sådant konstverk.

Ursprungligen uppkom begreppet smak på 1600-talet då ordet upphörde att enbart beteckna smaksinnet och det fick sin metaforiska betydelse (Valeri & Nordström, 1996, s. 9) som förklaring på estetisk upplevelse. Filosofier om smak gällde två frågor: Vad är skönhetens och andra estetiska kvaliteters natur och vilka förmågor hos människan gör det möjligt att urskilja dessa kvaliteter och bedöma ett objekt som vackert? En person med smak ansågs vara någon som är känslig för skönhet i både naturen och konsten. (Korsmeyer, 2014) På 1700-talet ansåg man smak vara en talang som en del människor hade och andra inte och den kunde användas till att åtskilja god konst från dålig konst (Eaton, 1995, 47).

Två problem uppkom. Det första gäller hur komma vidare från något som beskrivs som *je ne sais quoi*, ett begrepp som beskriver det särskilda utan att vi kan ange exakt varför – det är något speciellt med detta men kan inte riktigt säga vad. Det andra problemet gäller hur standardisera smak. David Hume och Immanuel Kant är två renommerade filosofer tog sig an att standardisera smak (Townsend, 2014).

I denna avhandling har jag valt att behandla både David Hume och Immanuel Kant, vars tankar jag tycker fortfarande lever kvar i dagens värld när man talar om vem som har god smak eller vem som kan agera ”smakpolis”. Till exempel i städer tenderar man att anlita experter och sakkunniga framom allmän opinion då man gör beslut om stadens ”allmänna rum”. Synpunkterna kommenteras utgående från skrifter av nutida skribenter.

Den tredje filosofen, Pierre Bourdieu, är egentligen sociolog även om han genomgått en omfattande skolning i filosofi vid mycket prestigefyllda franska skolor och universitet tillsammans med inflytelserika filosofer, som till exempel Jacques Derrida, Jean Francois Lyotard och Alain Tourraine (Gesser, 1992, 8). Pierre Bourdieu ser smak från en social synvinkel. Han hävdar att vi influeras av vår sociala omgivning i våra smakpreferenser. Både den individuella och den sociala synvinkeln ser jag fortfarande som inflytelserika när smak diskuteras både på allmän plan officiellt eller bland gemene man och inom estetiken (se till exempel Haapala, 2013).

David Hume (1711-1776) uppfattas som den första filosofen som övergick från att diskutera ett konstverks skönhet till att diskutera evaluerarens kvalifikationer för sin estetiska evaluering med fokus på känslan av skönhet i upplevelsen.

> *”Beauty is no quality in things themselves: it exists merely in the mind that contemplates them: and each mind perceives a different beauty” (Carroll, 1984, 182)*

Hume behandlar problematiken kring estetisk värdering i sin viktigaste essé ”Of the Standard of Taste” (1757). Eftersom variationen bland olika smakpreferenser är stor, leder det till att man vill söka standarder för smak. I esséen föreslår han fem kriterier för att standardisera smak, det vill säga, *hur får man veta vad som utlöser känslan av skönhet* hos den som upplever ett konstverk. (Vuorinen, 1993, s. 153–163) Enligt Vuorinen är Humes kriterier ”1) det delikata i smakupplevelsen (delicacy of imagination/taste), 2) skicklighet/erfarenhet, det vill säga en förmåga som kan utvecklas, 3) evalueraren bör göra en jämförelse med andra konstverk för att kunna fastställa verkets kvalitet, 4) fördomsfrihet hos evalueraren, 5) bra förståelse (good sense/sound understanding). (ibid, 163; Carroll, 1984, 184–185) Carroll (1984) framhäver att den centrala frågan i Humes artikel är objektiviteten i de estetiska evalueringarna, inte smaken som en personlig sinnesförnimmelse. Hume poängterar dock att en person som är en bra kritiker med god smak gällande, till exempel, arkitektur inte gör denna person till en kvalificerad kritiker med god smak inom ett annat område inom konst, till exempel inom musik (Gracyk, 2024).

Under sin tid var Hume en föregångare eftersom han fokuserade på den som evaluerar/upplever konst och inte själva konstverket. Hume gör dock två reservationer till sina kriterier: det går att särskilja ett bra konstverk från ett uselt men det kan vara svårare att rangordna två bra verk sinsemellan. Den andra reservationen gäller tidens, landets kulturs, kutymens och åsikters inverkan. Hume betonar de stora svårigheterna med att övervinna dessa restriktioner. Vuorinen sammanställer Humes kriterier: Vad som är vackert är en känslofråga och det finns verkligt vackra konstverk. Dessa kan man finna genom att studera vad som tilltalar människor med god smak. (1993,

s. 167) Som slutsats av Humes empiriskt grundade och subjektivistiska kriterier kan konstateras att konstkritik och vem som anses inneha god smak i dagens värld fortfarande influeras av Humes kriterier. Till exempel, många konstkritiker och dirigenter har upphöjts eller kritiserats till stor del enligt Humes kriterier.

Immanuel Kant (1724–1804), i likhet med Hume, tyckte att smak är subjektivt – ”smak måst nämligen vara en personlig förmåga” (Kant, 1790/2018, 150) men så att det även berättar något om fenomenet även om emotionerna som väcks är subjektiva. För Kant är smak en personlig egenskap hos en person som gör det möjligt för personen i fråga att evaluera skönhet. Ifall denna egenskap fattas hos personen har personen ingen smak men ifall personen inte kan evaluera en upphöjd (på finska: ylevä) upplevelse saknar personen känsla. Kant införde begreppet *sensus communis*, vilket betyder att Kant ser smak som en social känsla. (Kant, 1790/2018, 149-156: Vuorinen, 1993, 175–182)

Ontologiskt positioneras konceptet smak inom estetik hos subjektet. Var och en har sin egen smak men enigt Frank Sibley (1959) är god smak en kapacitet eller förmåga.

> *Thus, taste or sensitivity is somewhat more rare than certain other human capacities; people who exhibit a sensitivity both wide-ranging and refined are a minority. It is over the application of aesthetic terms too that, notoriously, disputes and differences sometimes go helplessly unsettled. But almost everybody is able to exercise taste to some degree and in some matters. (423)*

Frank Sibleys essée ”A Contemporary Theory of Aesthetic Qualities: Aesthetic Concepts” (1959) lanserade ”en rad provokativa argument för att hävda att estetiska egenskaper (såsom delikat, graciös, ödesmättad, spänningsfylld) inte kan uppfattas genom vanlig perception, som är avsedd att känna igen de grundläggande egenskaper som ligger till grund för de estetiska egenskaperna (tunn och böjd, högt tempo, etc.)”. Sibley följde Humes synsätt om smak för att beteckna en grad av sensibilitet och skärpa, utöver välfungerande sinnen, som är nödvändig för att urskilja estetiska egenskaper. (Korsmeyer, 2014)

Vem är då kapabel att vara tonsättare för god smak? God smak har kritiserats av en viss konservatism i och med att en person med god smak alltför ofta uppskattar just de artefakter som har värderats i århundraden. Korsmeyer (2014) framhåller även att personerna ofta sammanfaller med personer som besitter rikedom och social ställning vilket leder till klassmässigt betingade preferenser. Å andra sidan följer många människor villigt sin tids estetiska föreställningar som de omsätter i sin vardagliga sociala praktik. (ibid)

Man kan också fråga sig, vilken roll har själva objektet i evalueringen eller återspeglar objektet evaluerarens estetiska upplevelse. Hur uppfattas samspelet mellan ett estetiskt objekt och mottagaren. Ifall man vill se på smak ur ett samspelperspektiv kommer nya aktörer förutom konstverket och mottagaren med i spelet om vad smak är och speciellt hur smak uppkommer. Saito (2017, 20–21) ifrågasätter denna subjekt - objekt -dikotomi, som hon hävdar att hör till den västerländska filosofin. Den asiatiska buddhismens reflekterande verklighet är relationell ”in between” där en estetisk upplevelse ses som en dynamisk process, inte bara mellan subjektet och objektet, utan även den övriga omgivningen inverkar. Hon illustrerar detta med frågan ifall en viss fågel är vacker. Frågan är omöjlig att svara om man inte beaktar omgivningen och sammanhanget i vilken fågeln beskådas. Det finns alltså flera aktörer som inverkar på ens estetiska upplevelse än bara subjektet och objektet. (ibid)

Avslutningsvis, Haapala (2013) gör en skillnad mellan tre olika synsätt på smak: smak som individuella smakförnimmelser; smak som en inre sensibilitet för det estetiska; och smak som expertis (57–58). Som smakförnimmelse hänvisar vi till de olika smaksinnen som vi alla upplever individuellt. I fråga om dessa har alla sin individuella smak och preferenser som det nog går att diskutera men eventuellt är det lönlöst att disputera och tvista kring. Smak som en inre sensibilitet för det estetiska är däremot enligt Sibley (1959) en talang och kapacitet att märka och iaktta vissa estetiska dimensioner i saker och ting och Haapala drar slutsatsen att Sibley avser att talangen är medfödd och knappast går att utveckla (ibid, 59). Smak som expertis eller sakkunnighet kan enligt Haapala förstås som något man kan utveckla via erfarenhet så att man kan värdesätta de saker man känner till. Inom konst är smak enligt Haapala närmast denna typ av expertis framom personliga preferenser. (ibid, 61–62) Över tiden ändras uppfattningar om vad som kan anses vara konst och i olika kulturer värdesätter man konstformer olika och olika konstformer (ibid, 63).

2.3. En sociologisk syn på smak

Inom estetik uppfattas smak inte bara som individuellt betingat. Även en social dimension har lyfts fram av sociologen Pierre Bourdieu.

Pierre Bourdieu (1930-2002) var en framstående fransk sociolog och intellektuell. Han föddes den 1 augusti 1930 till en lägre medelklassfamilj i Béarn-regionen i Frankrike. Hans studerade vid École Normale Supérieure i Paris, där han påverkades av existentialism, strukturalism och klassiska sociologiska teorier. Bourdieus erfarenheter i Algeriet under hans militärtjänst formade i hög grad hans intellektuella utveckling och exponerade honom för kolonialismens dynamik och

sociala strukturer. (Roth, Andrew L.” https://www.ebsco.com/research-starters/biography/pierre-bourdieu, hämtad 7.5.2025)

Bourdieus mest kända undersökning som har publicerats i verket *La Distinction: Critique sociale du jugement* (1979) utfördes i Frankrike på 1960-talet och har debatterats mycket sedan dess publikation. Bourdieu blev en inflytelserik gestalt inom samhällsteori, särskilt genom sina begrepp ”kulturellt kapital” och ”symboliskt kapital”, som belyser hur icke-ekonomiska resurser bidrar till social stratifiering. Bourdieu hävdade att utbildningssystem spelar en avgörande roll i att reproducera klasskillnader, eftersom en privilegierad bakgrund ofta erbjuder studenter de outtalade regler som krävs för att lyckas. Hans arbete betonade samspelet mellan individens handlingsutrymme och sociala strukturer, vilket sammanfattas i hans teorier om ”habitus” och ”fält”. (Roth, Andrew L.” https://www.ebsco.com/research-starters/biography/pierre-bourdieu, hämtad 7.5.2025) I detta arbete är han viktig eftersom han hävdar att smak är även socialt influerat.

Smak är Bourdieus grundbegrepp eftersom smak är ett redskap för symbolisk makt (Purhonen et al., 2014, 15). Smak är ett symboliskt verktyg för makt i och med att smak uppehåller en hierarki – distinktion - mellan människor och utgör ett kulturellt kapital. Det man anser vara betydelsefullt, bra och högkultur hör ihop med kampen om prestige och status via distinktion. Människornas livsstil, konsumtion och smak är hierarkiska och denna hierarki baserar sig på social klass. (Bourdieu, 1986, 300)

Bourdieu hävdar ”smaken gör att man har det man tycker om eftersom man tycker om det man har – nämligen de egenskaper och de tillgångar man *de facto* blivit tilldelad i fördelningar och *de jure* anvisad i klassificeringarna ” (Bourdieu, 1986, 300). På basen av människors smak differentierar vi människor och blir differentierade i olika grupper. Den legitima ”goda smaken” är ett medel som den övre klassen använder i sin strävan efter social status och makt. Denna smak efterapas sedan av medelklassen som visserligen knappast uppnår ”den rätta stilen”. (Purhonen et al., 2014, 15-16).

Man kan med fog fråga sig ifall vi alls har någon fri vilja att tycka om och inte tycka om, eller styrs allt av den sociala klass vi hör till? I praktiken torde mången känna till någon person vars smak tydligt verkar avvika från den ”standardsmak” som råder inom den sociala klass personen upplevs eventuellt höra till.

Enligt Bourdieu är människors livsstil, konsumtion och smak hierarkiskt och homologt organiserade mellan individers och gruppers sociala positioner, i sista hand med samhällsklassernas hierarki. Det som anses vara värdefullt, gott och hög kultur är en fråga om en kamp förknippad med

den mer allmänna striden om social status och anseende. Enligt Bourdieu har kulturen en väsentlig roll i denna kamp och bidrar till en differentiering (distinktion) mellan människor och deras smak. (Purhonen et al., 2014, 11)

Hur samhällsklassen och utbildning influerar på intresset att själv göra keramik och speciellt på vad man ser som fin och vacker keramik i den finländska kontexten är en intressant fråga. Arbis (arbetarinstitut) erbjuder kurser till ett mycket billigt pris med tanken att kurserna ekonomiskt skall vara tillgängliga möjligast många. Verksamheten subventioneras även från statliga medel av samma orsak. Teoretiskt sett blandas de olika samhällsklasserna bland deltagarna på keramikkurserna men gör de det i praktiken vet man inte eftersom deltagarnas socioekonomiska bakgrund inte frågas vid anmälan till kurser. Av erfarenhet kan dock konstateras att föremålen som görs på kurserna är ganska lika. Det är även svårt att på ögonmått se någon egentlig stilmässig skillnad varken bland deltagarna själva (habitus) eller bland de föremål som görs under året utan majoriteten är tydligt amatörkeramikers alster. Några har gjort keramik i flera år och andra är nybörjare, en del är skickligare än andra och en del gör föremål till hushållet och andra till trädgården. Enligt min egen erfarenhet kan man däremot skönja en viss sammanbindande livsstil bland deltagarna eftersom man under keramik timmarna hör diskussioner om olika hobbyn som deltagarna har. Oftast handlar hobbyn om handarbete av olika slag. Att göra själv med egna händer tycks värdesättas av de flesta deltagarna. Kanske man kan tala om livsstil.

Även *livsstil* utgör ett centralt begrepp för Bourdieu. Smaken ligger alltså till grund för en särskiljande livsstil. Han hävdar att stil och estetiska val av till exempel sätt att vara, kläder, inredning och husgeråd – *habitus* - är beroende av den sociala klass man tillhör. ”Det är inte den lägre eller högre inkomsten utan smaken, smaken för det nödvändiga eller smaken för lyxen, som styr de praktiker som objektivt kombineras med vissa inkomster” (Bourdieu, 1986, 299).

Livsstil är systematiska produkter av habitus som blir sociala teckensystem och uppfattas i förhållande och enlighet till varandra som habitusscheman.

> *”Smaken – böjelse för och förmågan att (materiellt och/eller symboliskt) tillägna sig en bestämd klass av klassificerade och klassificerande objekt eller praktiker – är den generativa formel som ligger till grund för livsstilar”. (Bourdieu, 1986, 297)*

Som exempel ger han ett gift par som ”går bra ihop”, har samma smak, grundas i klassificeringsscheman som bara till en del är medveten men har liknande bakgrund mellan makarna. De flesta av oss känner kanske till par som till synes delar samma smak i många valfrågor. Enligt

Bourdieu ”ombesörjes smaken således i praktiken tingens omvandling till särskilda och särskiljande tecken, till kontinuerliga fördelningar och diskontinuerliga motsatspar” (Bourdieu, 1986, 298).

Enligt Purhonen et al. (2014) hävdar Bourdieu att bakom livsstilarnas och konsumtionens sociala differentiering ligger en mer allmän idé om social position i ett visst socialt rum. Skillnader mellan de sociala rummen grundar sig i ekonomiskt-, socialt- och kulturellt kapital som därtill hörande individer och grupper har. (14)

Även *habitus* är ett centralt begrepp hos Bourdieu. Enligt Svenska Akademiens ordböcker betyder habitus en sammanfattning av de (yttre) egenskaper hos någon som gör hen (det) igenkännlig(t), (yttre) utseende, skick, hållning, gestalt, (hela) det yttre (hos någon eller något; totalintryck(et) (https://www.svenska.se/?q=habitus&exactMatch=true&activeTab=alla hämtad 15.4.2026). Bourdieu beskriver habitus som ”de beständiga sätten att vara och göra vilka växer in i kroppen” (1992,43). Habitus utgör grunden för smakpreferenser och kan ses som handlings- och tankemönster man tillägnar sig socialt och som är knutet till klassbakgrund, en sorts glasögon man ser världen igenom (Bourdieu, 1992, 132). Till exempel yrke – som diplomat - kan ses som ”glasögon” som inverkar på hur man ser världen. Att vara amatörkeramiker inverkar troligen bara mycket begränsat på hur man ser världen men förmodligen nog på hur man ser på keramik och konst i allmänhet.

Jag sammanfattar Bourdieus (1984) tankar:

- Smak är socialt konstruerad. Smak, livsstilar och kulturella preferenser gällande till exempel konst och musik är inte medfödda talanger utan de återspeglar en social hierarki. Det att man går på opera eller en RSO-konsert uttrycker livsstil och social klass. Erinrar mig en Tv-intervju för kanske 10 år sedan som gjordes bland publiken på Nationaloperan i Helsingfors. Man ville genom intervjuerna göra operan mera socialt tillgänglig för en bred publik och intervjuade en opera-älskande rörmontör om varför han tycker om opera. Intervjuaren var tydligt förvånad, hen hade inte väntat sig detta yrke. Det att man överhuvudtaget frågar yrket tycker jag återspeglar en förväntning om en viss social hierarki och nu var svaret överraskande. Varför inte fokusera på själva innehållet, operan, den estetiska upplevelsen?
- Smak utgör ett kulturellt kapital som skiljer samhällsklasser från varandra. Detta kallar Bourdieu för distinktion. Den översta klassen definierar vad som är fin smak och använder den för att förstärka sin sociala position. Det ovannämnda exemplet kan även här hänvisas till men så att distinktionen inte uppfylldes.

- Mellan de sociala klasserna finns en distans och en kamp om position. Som exempel kan ses högkultur och populärkultur, till exempel klassisk musik kontra pop-musik. Den förnämare lyssnar på klassisk musik. Exemplet från Operan fungerar även här men som en kontrast.
- Via habitus syns smakpreferenser. Man har vissa tankemönster och handlingssätt som är bundna till ens klass men också till ens utbildning. Oberoende ifall valet av intervjupersonen i opera-fallet var en slump eller ett medvetet val motsätter sig valet tanken på ”det synliga” och klass specifika av habitus. Vem som helst kan höra till publiken och min personliga erfarenhet är den att till och med under premiären har en del av publiken valt att se möjligast vardagliga ut till det yttre. Kanske de hör till övre klassens rebellister?
- Bourdieu hävdade att utbildningssystem spelar en avgörande roll i att reproducera klasskillnader.

Enligt Bourdieu (1984) har man som referensgrupp, en högre social klass än den man hör till. När den rådande högsta klassen ger upp en stil beror det på att de lägre sociala klasserna, vilken man inte vill be associerad till, redan anammat stilen och då går högsta klassen vidare och utvecklar nya sätt att skilja sig från de lägre klasserna. Detta har i dagens västerländska samhälle kritiserats även akademiskt eftersom man hävdar att det skett en demokratisering av stil och lyx. Lyx är inte mera bara tillgängligt för den ledande klassen utan för envar som ekonomiskt har tillgång till livsstilen. Rebentisch (2017) poängterar dock att en nyrik som i värsta fall använder en konstkritiker för att välja ut rätt konst som investering eller för något annat sammanhang egentligen bara sänker sitt eget anseende om att ha bra smak. Traditionellt har konstkritik ansetts vara neutralt men Rebentisch argumenterar att neutraliteten under de senaste decennierna varit under hård press eftersom publiken för konst blivit så varierande, samtidigt som vi alla, även konstkritikerna influeras av vår sociala bakgrund. (2017, 19) Har det alltså blivit turbulent kring smakfrågorna?

Diskussionen kring Bourdieus teori har mycket gällt huruvida och till vilken grad hans teori är applicerbar i andra kulturer med annorlunda social struktur än Frankrike. I förordet till boken *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste* (1984) konstaterar Bourdieu själv att boken är mycket fransk, vilket också utgör hans empiri i hans forskning. Sålunda utgör det empiriska kontexten också en kulturell restriktion enligt Bourdieu. (Bourdieu, 1986, förord) Utan att desto mer gå in på sociologiska frågor kan man fråga sig om inte Finland – åtminstone historiskt - till en stor del skiljer sig från Frankrike när det gäller sociala klasser. Purhonen et al. (2014, 420) argumenterar på basen av deras studie om den finska smaken att den finska smaken och livsstilarna tar sig närmast uttryck i olika inställningar till konst och högkultur.

Även i dagens värld är god smak inflytelserikt, inkomstbringande och maktgivande – ja, kanske mer än tidigare om vi tänker på dagens så kallade influensers på sociala medier. På sociala medier är deras smak tillgänglig för alla när som helst och så har det inte varit under historiens lopp.

I följande avsnitt behandlas en studie om den finska smaken och mera specifikt den finlandssvenska smaken. Den finlandssvenska smaken är av betydelse i denna avhandling eftersom de flesta (fem av sex stycken) som intervjuats i den empiriska delen är finlandssvenskar.

2.4. Finsk smak

Hur förhåller man sig till smak i Finland? Två ordspråk skulle kunna tyda på att Bourdieus tankar inte är applicerbara i det finländska samhället; det svenskspråkiga ”tycke och smak” och det finskspråkiga ”makuasioista ei kannata kiistellä” hänvisar båda till att det inte skulle finnas några standards på god respektive dålig smak utan smakfrågor är personliga – man har öga för stil - och valfrågor. Enligt detta kunde man tänka sig att det råder kaos i hur vi klär oss eller hur vi inreder våra hem ifall smak och stil är något som inte följer några som helst regler. Det är svårt att tänka sig att vad som helst går och inga sociala regler gäller, speciellt i dagens värld med livsstil och reality-TV (dokusåpa).

När man, till exempel, går in på cafe´t på Hanken Svenska handelshögskolan kan man konstatera att ekonomistuderande klär sig relativt likartat (habitus enligt Bourdieu) men ändå annorlunda är på motsvarande caféer på Helsingfors universitet. Detta kan man tolka att det finns gemensamma, eventuellt undermedvetna eller lärda koder och referensgrupper för hur man skall se ut när man studerar ekonomi eller ett humanistiskt ämne.

Den finska smaken (Suomalainen maku) har studerats av Purhonen m.fl. (2014) och författarna hävdar att deras studie är den första systematiska och kritiska studien om finländarnas smak. Studien applicerar Pierre Bourdieus klassiska studie om smak och distinktion inom det finländska samhället. Datat består av 3000 slumpmässigt valda finländare i åldern 18–74 åringar som svarade på ett frågeformulär. En kvalitativ följdstudie gjordes genom en öppen intervju med 28 frivilliga informanter från den kvantitativa studien. Forskarna hävdar att studien är representativ.

Studien svarar på tre huvudfrågor: ”I hur stor utsträckning och hur är smaken och kulturell praxis socialt förankrat och förankrade i livsstil samt vad fungerar i Finland som socialt kapital.” Som slutsats från studien hävdar forskarna att smaken och den kulturella praxisen är systematiskt socialt förankrad och man kan tala om en distinktion i helt olika livsstilar.

Purhonen m.fl. (2014) hävdar att deras studie tydligt visar att smak och de kulturella praktiker bland människor hänger i Finland systematiskt samman med många sociala uppdelningar, inte bara inom separata kulturområden och -fält utan också över fältens gränser, vilket gör att man kan tala om en social differentiering av hela livsstilar. Den mest centrala principen som systematiskt delar upp smak och livsstilar är mängden kapital som individer besitter, där den bästa enskilda indikatorn är utbildningsnivån. En annan distinktionsfaktor som systematiskt delar upp smak och livsstilar är ålder. Den centrala distinktionsfaktorn är sålunda skolningsgraden och åldern. (404) Äldre och högt skolade personer skulle man sålunda knappast hitta på populärkonserter.

Kulturellt relaterade livsstilar kan urskiljas av graden av kulturell legitimitet samt av det moderna kontra det traditionella, med andra ord, från en modern, urban och internationell ungdomskultur till en traditionell, huvudsakligen finsk nationell folkkultur (ibid, 405). Vad betyder då kulturell legitimitet? Legitim kultur är sådan som har en bred acceptans antingen genom att uppskatta den direkt eller indirekt. Indirekt uppskattning framgår genom öppen värdesättning även om man inte själv är vän av just den typens kulturella aktiviteter. (ibid, 412) Operan kan tjäna här som exempel för personer som i och för sig uppskattar klassisk musik men inte just opera.

Som slutsats av studien dras att smak i Finland både är differentierad och differentierande och kan fortfarande ses som ett ”socialt vapen” som innehas i huvudsak av den högsta sociala gruppen. Smak och livsstil är också förankrad i relativt traditionell högkultur. (Purhonen m.fl., 2014, s. 404 – 412) Resultatet från studien är dock att ”den kulturella legitimiteten i Finland är mycket nära bundet till den klassiska högkulturen och att detta utgör en avgörande och central skiljelinje i finländarnas smak och livsstilar, och därför är den bästa och mest uppenbara kandidaten för innehållet i det kulturella kapitalet” (ibid, 413)

Även om resultaten av studien är i linje med andra europeiska länder man gjort liknande studier i har Finland ett specialdrag, det vill säga kvinnodominansen i både kulturintresset och -aktiviteten. Purhonen m.fl. (2014, 32) påpekar dock att deras forskningsansats gällande hela finska befolkningen inte ger en inblick i små specialgrupper som eliten eller den övre sociala klassen.

Mot denna bakgrund är intresset i egenhändigt gjord keramik en aning överraskande eftersom traditionell högkultur inom keramik närmast representeras av vardagsföremål producerade av företag som Arabia, Röhrstrand och Villeroy & Boch, för att ge några exempel. Studien är gjord för drygt 10 år sedan och mycket har hänt sedan dess. Nämnvärt är Coronapandemin som började 2019 och stängde det finska samhället för närmare två år. Sedan studiens utkomst har också sociala media och artificiell intelligens utvecklats dramatiskt. En kombination av att vara ”instängd” i sitt

hem men med tillgång till utvecklade sociala nätverk sägs ha ändrat finländarnas värderingar mycket. Ett av dessa kan var intresse för artesanverksamhet, till vilket keramik hör.

Även tillgång till instruktionsvideor inom keramik kan ha bidragit till ökat intresse och förändringar i smak, vilket idag syns i långa köer till bland annat olika hantverkarkurser. Ifall studien av Purhonen m.fl. (2014) skulle förnyas kunde resultatet av studien vara annan än en uppskattning av traditionell högkultur. I följande avsnitt diskuteras en sådan liten specialgrupp som baserar sig på modersmålet, det vill säga, den Finlandssvenska minoritetens syn på smak.

2.5. Finlandssvensk smak

Även den finlandssvenska minoriteten har varit av intresse när det gäller smak. Doktorsavhandlingen *Bättre folk, bättre smak? Suomenruotsalaisten maku ja kulttuuripääoma* av Riie Heikkilä från 2011 fokuserar på den finlandssvenska befolkningens identitet, livsstil och kulturell smak. Datat består av 26 fokusgruppintervjuer och täcker både geografiskt och socioekonomiskt den finlandssvenska befolkningen. I likhet med Purhonen m.fl. (2014) applicerar Heikkilä som teoretisk referensram Pierre Bourdieus (1979) tankar kring smak och distinktion och frågar ifall finlandssvenskhet kan var en distinktion gällande smak. Forskningsfrågorna i doktorsavhandlingen är 1) Hur ter sig finlandssvenskarna i förhållande till livsstil och smak; 2) Hurudana skillnader finns det bland finlandssvenskar gällande livsstil, smak och identitet och hur förhåller sig dessa till finlandssvenskarnas socioekonomiska ställning, hemort och ålder; 3) Är modersmålet en distinktion när det gäller livsstil eller den kulturella smaken på 2000-talet? (Heikkilä, 2011, 10)

Som resultat av studien sammanfattar Heikkilä att finlandssvenskarnas kulturkännedom och smakpreferenser strukturerar sig enligt deras klassposition (yrke, ålder, hemort) på samma sätt som Bourdieu hävdar. De olika socioekonomiska grupperna talade sinsemellan väldigt olika om kultur och smak och i de olika grupperna talade man om de andra grupperna distanserande och, till exempel helsingforseliten kritiserade andra socioekonomiska grupper oberoende av språk. Den tvåspråkiga (svenska och finska) gruppen kritiserade den enkom svenskspråkiga gruppen men å andra sidan hånade grupperna helsingforseliten. (ibid, 54)

Vid sidan av tvåspråkigheten framstod brett kulturellt intresse (”omnivorer”) som ett eftersträvbart kulturellt kapital. Utbildade, tvåspråkiga svenskspråkiga stadsbor i Finland har mer kulturellt kapital än både den svenskspråkiga arbetarklassen och de flesta finskspråkiga, bland annat för att de har möjlighet att konsumera kultur obehindrat både på finska och svenska. (ibid, 55)

De kulturellt allätande ”omnivorer” återfanns i högre och mellersta statusgrupper, medan de mer ensidigt kulturkonsumerande ”univorerna” i högre grad återfanns i lägre statusgrupper. Språkkunskaper var viktiga. De lägre statusgrupperna var kulturellt betydligt mindre aktiva än högre statusgrupper, bland annat på grund av språkkunskaper. Deras sätt att tala om kultur skilde sig tydligt från det kosmopolitiska och öppna tal som var typiskt i högre statusgrupper, där svenska endast var ett av flera behärskade bruks- och kulturspråk. (ibid, 55)

Sammandraget, finlandssvenskarna är kulturellt en mycket splittrad grupp. Finlandssvenskhet är enligt Heikkilä inte en distinktion när det gäller kultur och smak även om det kulturella kapitalet kan vara högt speciellt i de två översta socioekonomiska grupperna. (Heikkilä, 2011, 54)

Som en parentes till studien ser jag det som förvånande att Heikkilä inte beaktade att de flesta finlandssvenskar är starkt kopplade till den rikssvenska kulturen via rikssvenska TV-kanaler och tidskrifter. Speciellt de rikssvenska tidskrifterna spelar en stor roll i nästan varje finlandssvensks liv ända från barndomen till sen ålder. I Finland utkommer inte tidskrifter som ”Damernas Värld”, ”Allt i Hemmet” eller ”Auto, motor, sport” på svenska, utan motsvarande tidskrifter utkommer på finska.

2.6. En etnologisk syn på smak

Vid Etnologiska Institutionen i Lund sammanfattade en grupp etnologer sina synvinklar kring smak och estetik i boken *Tycke och Smak* (Valerie & Nordström, 1996). Renée Valerie, doktor i etnologi, konstaterar att

> *..det moderna svenska samhället, med dess allt större fokus på rationalitet och en välputsad framtoning, förborgerligad på ytan, kan man förmärka en allt tydligare motström: Bort från enhetligheten mot det individuella uttrycket, från det förnuftsresonerande till det känslomässiga, från det manliga till det kvinnliga, från yta till innehåll, från det fabrikstillverkade till det egna och tidskrävande .....Från det alltför reella till det kreativa .....* (Valerie & Nordström, 1996, s. 11–12)

Det svenska samhället och dess kultur är inte mentalt långt från det finska samhället och dess kultur. Heikkilä (2011) behandlade inte i sin doktorsavhandling det faktum att finlandssvenskar växer upp och lever sitt liv starkt influerade av rikssvensk media. Detta gäller hela den finlandssvenska befolkningen eftersom det väldigt sparsamt finns tillgång till svenskspråkig

media producerad i Finland. Därav är influensen från Sverige stor, om än med fördröjd verkan. Beskrivningen om det moderna svenska samhället gäller kanske nu 30 år senare åtminstone den finlandssvenska befolkningen men eventuellt också hela landet.

I följande kapitel diskuteras den empiriska studien som gjorts inom ramen för smak gällande självgjord keramik.

3 Den empiriska studien och forskningsstrategi

Detta arbete fokuserar på begreppet smak inom estetik och vad man anser att influerar på hur smak formas hos en individ. Den ontologiska positionen är subjektivistisk, det vill säga, smak ses i detta arbete från subjektets – människans perspektiv. Vad inverkar på uppfattningen om smak hos åskådaren. Är det kulturen, den sociala kretsen eller är det något man har eller inte har som ett personlighetsdrag eller som kunskap. Dessa teoretiska frågor har diskuterats i det föregående kapitlet.

I detta kapitel redogörs för en *explorativ kvalitativ studie* som härleds ur fenomenet att det uppstått under de senaste åren ett stort intresse för att själv göra vardagliga bruksföremål i keramik. Detta har lett till en efterfrågan av keramikkurser men också företagsamhet då verkstäder har grundats där man kan utöva denna hobby. Studien är *induktiv* även om en teoretisk översikt gavs.

Den specifika forskningsfrågan för arbetet är *hur uppstår smak bland amatörkeramiker gällande de keramiska bruksföremål de tillverkar?* Man kan fråga sig, är smak en individuell egenskap som Kant hävdar, eller är den socialt grundad i enlighet med Bourdieus tankar kring socialt kapital, eller är smak en kombination av både det individuella och det sociala?

Studien är explorativ eftersom det inte finns tidigare forskning som gjorts i Finland som skulle ge riktlinjer om fenomenet. Den kvalitativa ansatsens mål är därför att få synvinklar på hur informanterna estetiskt uppfattar de föremål de själva eller kurskamraterna gör i keramik och vad deras smak grundar sig i. Patton (2002) beskriver situationer där explorativa kvalitativa ansatser är att rekommendera som

> *”In new fields of study where little work has been done, few definitive hypotheses exist and little is known about the nature of the phenomenon, qualitative inquire is a reasonable beginning point of research. ….Exploratory work …. is the way that new fields of inquiry are developed” (Patton, 2002, 193)*

Studien har även drag av en etnografisk[8] studie eftersom skribenten/intervjuaren själv deltar på samma eller likadan keramikkurs som informanterna och ser alla de föremål som görs på de olika keramikkurserna, vilket ökar tillförlitligheten i analysen. Etnografi hänvisar till en forskningsprocess i vilken forskaren själv deltar i samma processer som informanterna och på detta sätt kan få en djupare förståelse om sitt forskningsområde.

[8] ” In the history of social sciences, ethnography has traditionally been – and still perhaps is – the key methodology of anthropology and cultural research. Ethnography refers, briefly put, to a research process in which the researcher closely engages in the daily life of some social setting and collects data using ethnographic methods of observation and participation.” (Moisander & Valtonen, 2011, 45)

Eftersom målet är att skaffa en mångfasetterad uppfattning om hur informanterna ser på sin keramik, inte att kvantifiera eller dra statistiska slutsatser, lämpar sig en kvalitativ ansats för studien. En kvalitativ ansats är också dynamisk i och med att frågorna kan specificeras an efter analysen framskrider.

Datainsamling* och *urval har gjorts genom ett målstyrt urval genom att intervjua sex deltagare på året 2024–2025 keramikkurs för nybörjare och längre hunna på Arbis i Helsingfors. Urvalet är litet men kan motiveras med den explorativa ansatsen och att man genom öppna intervjuer kan få fram nya synvinklar som är okända från tidigare forskning om hur självgjorda bruksföremål av keramik uppfattas från ett estetiskt perspektiv. Datat saturerade i vissa avseenden, vilket kan ses som ett tecken på att intervjuernas antal är tillräckligt för att visa på nya frågeställningar i kommande forskning.

Val av informanter. Studien består av tematiska intervjuer med sex (6) deltagare som deltog på två liknande keramikkurser på Arbis i Helsingfors under läsåret 2024–2025. Eftersom forskningsintresset även har ett tidsperspektiv, det vill säga hur smaken uppstår över tiden har jag valt de äldre deltagarna på kursen i åldersgruppen över 60 år. Informanternas medelålder är 70 år. Dessa personer är i genomsnitt födda mellan 1950 – 1960 och har upplevt den industrialisering och ekonomiska uppsving som Finland genomgick sedan krigsåren. Hur Finlands ekonomiska uppsving – en övergång till borgerlighet - inverkade på bruksföremål kan mycket generellt kristalliseras som en övergång från hand/självgjorda (billiga) bruksföremål till standardiserade industritillverkade bruksföremål. Därför är det av intresse att studera hur det kommer sig att vi ”gått tillbaka” från det industritillverkade till det hand/självgjorda i den utsträckning som det stora intresset tyder på.

Alla de som intervjuades bodde i Helsingforsregionen och var således stadsbon. Fyra informanter har en högre akademisk skolningsgrad, en har tagit studenten men arbetat hela sitt arbetsliv inom kultursektorn och en har gått mellanskolan men innehar på grund av sin bakgrund ett högt socialt kapital. Bourdieu hävdar att ”den sociala klassen definieras av strukturen hos relationerna mellan alla relevanta egenskaper” (1986, p. 251) så på basen av denna definition anses i detta arbete alla informanter höra till de skolade stadsborna.

Bakgrundsinformation om informanterna presenteras i Tabell 1

Tabell 1 Bakgrundsinformation om informanterna

Informant / kön / ålder	**Skolningsgrad/ yrke**	**Hemkommun (stads / landsbo**	**Hur länge hen gjort keramik (år)**	**Ungefär hur många keramikkurser hen deltagit på under åren**
A, kvinna, 75 år	MBA /pensionerad	Esbo	Först för 45 år sedan, sedan paus, och nu 4–5 år	3 stycken
B, kvinna, 64 år	EM /pensionerad	Helsingfors	nybörjare	1
C, kvinna, 63 år	Magister / arbetar	Esbo	nybörjare	1
D, man, 66 år	Student / pensionerad	Helsingfors	3 år	3
E, kvinna, 82 år	Mellanskola / pensionerad	Helsingfors	10 år	10
F, kvinna, 72 år	Jur.kand / pensionerad	Helsingfors	4–5 år	4–5
Medeltal 70 år		**Huvudstads-regionen**	**I medeltal 4 år**	**I medeltal 4 kurser**

En ***intervjuguide*** om de teman som togs upp finns i Figur 2. Den öppna inledande frågan som ställts varje person är ”hur ser du estetiskt på de bruksföremål som görs och gjorts på dessa kurser”[9]. Intervjun beaktade Pierre Bourdieus (1979) tankar kring smak och distinktion som diskuterades i kapitel 2 men eftersom studien är induktiv var Bourdieus endast i rollen av inspirationskälla. Följdfrågor och bekräftande av rätt tolkning gjordes vid behov.

[9] Det ordnas 4 kurser per år i keramik på Arbis i Helsingfors. Dessa kurser går olika tider under veckan hela läsåret igenom. Alla kurser delar samma keramikverkstad så i den gemensamma kommer man att se hurudana föremål deltagarna på andra kurser gör. Detta är både inspirerande och ger en uppfattning om ’smak och tycke’ hos de övriga deltagarna.

Intervjuguide

- **Bakgrundsinformation**
- Kön
- Hur gammal är du
- Vilken är din (högsta) skolningsgrad
- Är du pensionerad eller förvärvsarbetar du fortfarande
- Hur länge har du gjort keramik
- Hur många Arbis eller liknande keramikkurser har du deltagit på
- Skulle du säga att keramik är din hobby eller en livsstil (hantverk överlag)
-
- **Öppna tematiska intervjufrågor**
- Hur ser du (själv) estetiskt på de bruksföremål som görs och gjorts på dessa kurser
- Tycker du att din smak gällande keramik ändrats (under åren)? Hur?
- Varifrån hämtar du inspiration och idéer till din keramik?
- Har du någon förebild inom keramik

Figur 2 Intervjuguide

Datainsamlingen skedde mellan november 2023-januari 2025 efter vår keramik session på Arbis. Keramik sessionen var på måndagar mellan 9.30-12.00. Intervjuerna inleddes ca kl. 12.30. Intervjuerna bandades och transkriberades. Ifall informanterna ville fick de i förhand bekanta sig med intervjufrågorna.

Alla intervjuer gjordes på svenska. ***Datat analyserades*** systematiskt enligt de teman som diskuterades. Övriga teman som informanten tog upp rapporteras under rubriken ”övriga teman”.

En kvalitativ studies bedöms enligt hur trovärdig studien är. Trovärdighet[10] bedöms enligt studiens tillförlitlighet (credibility), överförbarhet (transferability), pålitlighet (dependability) och bekräftbarhet, det vill säga att resultaten kan bekräftas av andra (confirmability) (Wallendorf & Belk 1989, 70). Wallendorf and Belk (1989) föreslår ytterligare kriteriet integritet (integrity).

[10] ”**Credibility** (adequate and believable representations of the constructions of reality studied”
Transferability (Extent to which working hypotheses can also be employed in other contexts, based on an assessment of similarity between the two contexts)
Dependability (extent to which interpretation was constructed in a way which avoids instability other than the inherent instability of a social phenomenon)
Confirmability (ability to trace a researcher’s construction of an interpretation by following the data and other records kept)
Integrity (extent to which the interpretation was unimpaired by lies, evasions, misinformation, or misrepresentations by informants). Wallendorf & Belk, 1989, 70)

Tillförlitlighet bedöms enligt hur trovärdiga resultaten är. Arbis erbjuder många lugna ställen att göra en intervju på och att intervjua direkt efter att man själv gjort keramik antas göra att man är i en sinnesstämning som stöder intervjun. Det sociala sammanhanget kan tänkas öka på trovärdigheten av studien. Även om intervjuaren och informanten inte känt varandra ”sedan länge” är den gemensamma hobbyn en sammanförande faktor som ökar tillförlitligheten. Också följdfrågorna och möjligheten att specificera rätt tolkning ökar tillförlitligheten. Överförbarhet har beaktats genom att välja informanter som hör till samma grupp och sålunda har keramik som en gemensam faktor. Pålitlighet eftersträvas genom att klargöra för de olika faserna i studien möjligast noggrant och transparent samt att redogöra för resultatet mångsidigt. Objektivitet har strävats efter genom att ta avstånd från intervjuarens personliga åsikter och låta informanterna tala i lugn och ro. Intervjuguiden försäkrar att teman som diskuterats följt samma mönster. Integritet har eftersträvats genom att hålla en diskuterande och lyhörd atmosfär som torde öka informantens tilltro till både studien och intervjuaren.

Resultaten från studien rapporteras härnäst.

4 Resultat från den empiriska studien

I detta kapitel presenteras resultatet från den kvalitativa explorativa studien. Resultatet från intervjuerna presenteras i enlighet med de tematiska intervjufrågorna.

Tema 1: Hantverk som livsstil

De flesta intervjuades tyckte att hantverk över lag är en **livsstil** för dem. Att göra med händerna var något som alla uppskattade. Huruvida keramik var deras huvudsakliga hobby varierade från person till person. Den övriga hobbyn varierade från silversmide till olje- och akvarellmålning.

> *”Handarbete är nog min grej... jag har nog alltid tyckt om keramiska grejer och speciellt sånt här som är handgjort, unikt. Målande och tecknande är jag ganska aktiv inom just nu, speciellt akvarellmålning.” (D)*
>
> *”Jag har haft som hobby silversmide i redan 13 år och sen snickrar jag också.” (B)*
>
> *”Gör alltid hantverk. Det är en livsstil. Gör också mosaik på sommaren.” (A)*
>
> *”Jag målar och jag stickar, som bäst små lappar till täcke för någon bebis i Ukraina. Och hela mitt yrkesliv har jag jobbat med fingrarna som assistent i forskargrupper.” (E)*

Alla informanter hade dock inte ”att göra med händerna” som livsstil utan keramik var informant F’s enda hobby. Hon har alltid varit intresserad av just keramik och ville lära sig att göra det själv. Hon har bekantat sig med keramik under sina resor i Europa och Asien redan i arbetslivet och passat på att besöka flera utställningar och museer under sina resor världen över. Hennes intresse återspeglar ett intresse för sådant som mänskligheten gjort sedan urminnes tider redan för tusentals år sedan i många kulturer. Keramik är också den konstformen som hon både uppskattar och känner bäst till.

> *Det var en orsak också att jag ville testa på hur man då gör keramik med egna händer. Och lära sig de här olika teknikerna. Vi har rest ganska mycket omkring överallt i Kina och Egypten och sådana länder där keramik produktionen har hållit på i tusentals år och det har alltid varit väldigt fascinerande. Så varje gång när jag reser så försöker jag alltid besöka museer där jag kan gå. Och nu senast, det var i Malaga förra året, har dom ett väldigt fint museum med en arkeologisk avdelning. Den är helt fantastisk och har nu renoverat avdelningen [med keramik] är helt imponerande så man går där och ser på det där krukorna som har gjorts för 2000 år sedan. Så det är en kombination av att göra med egna händer och sen göra något som mänskligheten gjort i tusentals år. Att göra någonting som har gjorts alltid. (F)*

Sammanfattningsvis kan sägas att intresset för att själv göra keramik kan grunda sig i en livsstil som antingen kan vara handarbetsbetonad ”att göra med händerna” där keramik är ett bland många andra handarbetsformer eller så kan livsstilen grunda sig i ett konstintresse som i huvudsak fokuserar i detta fall på keramik[11].

Keramikens mångtusenåriga historia innefattar såväl bruksföremål men även, till exempel, kinesiskt porslin. Terrakotta armen i Kina (uppskattas datera till ca 200 år f.kr.) är ett exempel på keramik användning som kanske är svårare att klassificeras i någon genre. Keramikens historia i Finland är av någon anledning mycket kortare trots att grundmaterialet lera finns i vår jordmån.

Det gemensamma för alla informanter är ett generellt intresse för konst och konstutställningar i dess olika former.

Tema 2: Varierande syn på estetiskt värde bland bruksföremålen på kurserna

Generellt sett varierade synvinklarna på hur man estetiskt upplevde de föremål som deltagarna på keramikkurserna gjorde under året. I och med att keramik utrymmen på Arbis är gemensamma för alla som under året deltar på keramikkurserna (ca 70 stycken) har deltagarna också insikt i vad de andra kursdeltagarna gör. Speciellt i ”brännrummet” ser man alla föremål som är på väg till ’råbränning’, de som skall glaseras, samt de färdiga glaserade föremålen.

> *”Var och en gör sina egna saker. Någon vill göra ganska noggrant och några vill göra ganska grovt. När jag tittar på andras saker så där finns jättefina skålar, vaser och sånt.” (A)*
>
> *”Väldigt varierande att vissa är ju väldigt enkla, man gör enligt en form och har inte så mycket personlighet men andra har gjort väldigt konstnärliga verk. Och estetiskt vackra men det finns inte så många. Men roliga, annorlunda och unika.” (C)*
>
> *”Vi har en på kursen som gör alldeles fantastiska blommor och allt möjligt. Hon är nog proffs på området, liksom. Hon gör alldeles underbara grejer.” (F)*

Variationen bland föremålen som görs är stor, likaså bland åsikterna om de föremål som görs. Man kan inte säga att det skulle ha kommit fram en generell gemensam linje om vad som anses vara estetiskt på hög nivå bland de föremål som görs på kurserna. Om man på individnivå analyserar

[11] Keramik har en mångtusenårig historia. När exakt keramiken uppstod vet man inte men bruksföremål från 10.000 år före vår tideräkning har hittats i Asien och Afrika. I länderna kring floderna Eufrat och Tigris, dagens Irak skedde en stor utveckling av keramik under sista årtusendet f.kr. (https://angelicanilsson.weebly.com/keramik-historik.html, hämtad 22.4.2025)

svaren kan man dra slutsatsen att var och en har sin estetiska smak som både syns i det man själv eftersträvar samt de föremål hen beundrar som andra gjort. Detta kan skönjas i följande intervjusvar.

Tema 3: Det unika tilltalar

Även om alla informanter hade fabriksgjorda bruksföremål hemma i användning så värdesatte alla informanter det unika i handgjorda keramikföremål. Till handgjord keramik hör att under processen till ett färdigt föremål finns det många olika faser – glasering, bränntemperatur - som inverkar på slutresultatet. Det är mycket svårt, om inte omöjligt att standardisera handgjord keramik så att två föremål exakt skulle vara varandra lika. De kan vara par och på sätt och vis höra ihop men strängt taget är de inte likadana. Sålunda skiljer sig handgjord keramik alltid från fabriksgjord keramik.

En del informanter berättade hur deras smak ändrats från det formbundna till det unika. Andra informanter hade alltid uppskattat mer det unika, lite robusta och icke formbundna. Det föreslogs även att det kunde vara en mera generell trend i vårt samhälle.

> *”Ändrats, det tror jag säkert för det har vi haft hemskt mycket av, dom där fina släta formerna. Jag tror absolut att det här med fina släta saker som finns på hyllorna, det har man nog sett för mycket av. Det är ju inte något spännande. Allting är så lika att man får leda på dem, liksom.” (D)*
>
> *”Jo, så att man vill ha något unikt. Man drömmer inte mera om att ha råd att köpa Iittalas fågel eller Arabias någo keramik, utan det här att få något unikt.” (C)*
>
> *”Jag har alltid uppskattat handgjort. Och även om dom inte är fullständiga utan där finns brister, men det gör det finare, tycker jag. Smaken har inte ändrats utan den har blivit starkare. Tycker om det lite grova” (A)*
>
> *”Sen tror jag nog också att människor i samhället kanske först nu förstår mera att du kan göra själv också, att inom oss alla så finns det någonting, vi kan skapa någonting, göra någonting. Det finns möjligheter liksom. Jag tror att det i äldre tider, tänker på mina föräldrar och farföräldrar, så nu var det ju mera så där som att int kan jag nu göra något.”(D)*

Sammanfattningsvis kan sägas att smak nog förändras under årens lopp men ”åt vilket håll” och ”hur mycket” är en bra fråga. Av svaren kan dras slutsatsen att livsskede, utbud av både bruksföremål i keramik och möjligheter att göra själv varierar under livets gång och har sin inverkan. Man blir led på det som det finns mycket av och vill ha något unikt, i dessa fall, som man själv gjort. Även ens sociala umgänge har sin inverkan. Däremot uttryckte ingen att ens smak skulle ha ändrats diametralt, närmast justeringar och en typs klarsynthet om vad man egentligen tycker om. Till detta bidrar säkert att man lär sig mycket om keramik under kurserna och sålunda utvecklas ens estetiska öga att

värdesätta det man vet att kräver mera av amatörkeramikern. Detta oberoende av ifall man själv uppskattar just den färgen eller den formen föremålet representerar. Man kan alltså till exempel uppskatta en viss glasering även om färgnyansen inte tilltalar.

Tema 4: Inspirationskällorna till keramik

Internet, som en social dimension, har blivit en källa för inspiration närmast för nybörjare. Social media kan inspirera till vad göra inom keramik och hur göra de olika faserna från lera till handgjord keramik. Detta gällde inte så mycket för de informanter som gjort keramik i flera år Även utställningar med keramik men också konst helt generellt är källor till inspiration. Under resor fäster informanterna även uppmärksamhet vid keramik i andra länder men även de andra på kursen och läraren - som är keramiker - kan vara källa till inspiration.

> *”Utställningar om keramik, andra keramiker, resor, utställningar”. (A)*

> *”Mycket ju så att man går in på olika små gallerier, små shoppar och nuförtiden också Pinterest. Nu spenderar jag varje söndag lite tid på Pinterest att vad skall jag göra till näst.” (C)*

> *” Men jag är inte den som titta på Pinterest. Det är bättre för mig att ta det lugnt och ’keep it simple’. Ungefär så där.” (F)*

> *”Ser nog att min inspiration kommer från naturen. Att man går omkring och ser sig omkring och ser på världen..... men sen blir jag nog också inspirerad där på lektionen i grupp för man ser vad folk gör, att man blir så där att hej, det där ser ju kul ut..... Finns en sån här gruppinspiration” (D)*

Inspirationskällorna kan vara många men det man väljer att bli inspirerad av uttrycker det man uppskattar, det vill säga ens smak. Av flödet på internet är det en bråkdel man fastnar för som inspiration till vad (föremål) och hur (process och glasering) göra själv. Sålunda kommer smaken till synes, inte enbart i själva keramikföremålen man gör utan också i inspirationsprocessen och i skapandeprocessen.

Det slutliga föremålet kanske inte alltid lyckas som man tänkt sig och kan därför ifrågasättas som motsvarande ens smak, kanske mera som riktgivande gällande smak. Man kan tänka sig att det som inspirerar berättar kanske mera om ens smak än de slutgiltiga föremålen på kursen, eftersom föremålen mer sällan blir exakt som man tänkt sig.

> *”Nej, vi brukar trösta varandra med att säga att det är bra att det syns att det är handgjort.” (F)*

Denna ”tröstande” kommentar kan man ofta även höra av kursens lärare när allt inte gått som förväntat. En egen iakttagelse är hur svårt det är att känna igen ens egna slutliga föremål när de väl

är färdiga. Formen har kanske ändrats eller glaseringen har ändrat färgen i hettan. Var och varannan har stått i brännrummet och utropat ”oj, är denna verkligen min, det var överraskande!”

Tema 5: Förebilder för keramik

Förebilderna representerade inte personer från en högre social klass utan de var konstnärer vars konst man tyckte om och beundrade. I och för sig kan man även säga att en typ av högre social klass är professionella keramiker eftersom de har ett högt kulturellt kapital.

> *”Jag har int så många förebilder, utom konstnärer, inte liksom kungliga.” (B)*

De informanter som nämnde ”Less is more” föredrog enkla former och förebilderna hittades bland konstnärer som gör enkla former.

> ”*Alltså, jag är stor beundrare jag Edmund De Waal[12].” (E)*

Förebilder soch konstnärer man beundrade och som var källor till inspiration var många: keramikerna Rut Bryk[13], Birger Kaipiainen[14], Anu Pentik[15] är alla välkända finska keramiker emedan Toini Muona[16] och Kyllikki Salmenhaara[17] kanske inte är så välkända keramiker för den stora massan även om deras keramik finns på EMMA i Esbo i Kakkonens samlingar.

> *”Men visst nog det här gamla finländska, Toini Muona och Kyllikki Salmenhaara. Finns på EMMA i Kakkonens samlingar så finns fantastiska grejer. De här finländska är imponerande och vi hade ju också när Arabia fanns så hade de ju möjlighet att testa allt möjligt och de fick ju lön och så där. Nu för tiden så finns det ju inte såna möjligheter längre..... Det var säkert lite europeiskt också. Men de var ju intresserade av asiatiska, kinesiska, japanska och de försökte få till stånd sån där blodröd – härän veripunainen som användes i Asien” (F)*
>
> *”Sen vill jag nämna Birger Kaipiainen som är sprudlande med alla möjliga tavlor av keramik. Det är ju intressant men inte skulle jag själv göra sådant.”(F)*

[12] https://www.edmunddewaal.com/
[13] https://wirkkalabryk.fi/en/rut-bryk/
[14] https://www.iittala.com/fi-fi/arabia/muotoilijat/birger-kaipiainen
[15] https://www.pentik.com/pages/pentik-studio
[16] https://collectionkakkonen.fi/fi/artists/muona-toini-2/
[17] https://collectionkakkonen.fi/fi/artists/salmenhaara-kyllikki-2/

Även lärarna på Arbis, keramikerna Karin Widnäs[18] och Anna Hackman[19] nämndes både som förebilder och källor till inspiration[20].

> *”Och sen tycker jag att Karin [Widnäs]är väldigt fin. Hon har just den där stilen att ’less is more’, att det är stiligt och det är liksom enkelt, men det är väldigt fina föremål. Där finns ju i KWUM[21] en ganska permanent utställning också med såna här egna föremål.....Och Anna är ju väldigt fin, hon är väldigt generös, liksom i allting så att när man frågar så svarar hon.” (F)*

Sammanfattningsvis kan sägas att förebilder är konstnärer, inte bara keramiker eller lärare på Arbis, utan även andra konstnärer vars arbeten tilltalar en. Alla informanter utom en var intresserade av många olika konstformer, målade själv eller gjorde annan form av konst. Mot denna bakgrund är det naturligt att man hittar inspiration och förebilder ur en bred skala konstnärer som även utvecklar ens egen smak.

Övriga resultat

Det unika nämndes genomgående av alla som något fascinerande, som man är intresserad av och som man strävar efter. Man vill kanske ha något som är direkt anpassat för ens behov hemma eller i trädgården eller så är man var led på det fabriksgjorda. Förutom den unika formen gör glaseringen sitt till. Varje föremål blir unikt eftersom processen av glasering har många faser och alla inverkar direkt på färgen. Hur tjockt eller tunt man glaserar, målar man med pensel, gör man underglasyr eller på råbränt, och mycket mera inverkar på det slutliga föremålets utseende. Man kan kalla det magi.

> *” Glaseringen har nog varit intressanta grejer. Förutom förstås formen. Men glaseringen är ju liksom härligt..... Och sen dessutom att den här glasyren har ju den här magin i sig att man alltid vet att fastän det borde bli så som det står på modellen, så den färgen blir det kanske aldrig direkt. Det finns så mycket som kan inverka.” (D)*

---

[18] https://www.karinwidnas.fi/

[19] Anna Hackman is a Finnish ceramist. She graduated from The University of Art and Design (nowadays The Aalto University) in 1989. Hackman has also studied abroad, for example in Toscana in Italy for the legendary ceramist Marcello Fantoni.
Anna Hackman has been exhibiting in several group and private exhibitions, like at The Arabia Museum Gallery and The Design Museum in Helsinki as well as at the leading Galleries of Helsinki. In 2016 she exhibited at the Wiurila Manor Summer Exhibition. She has also had exhibitions abroad, in The Netherlands and Japan. Her works are listed in many private and public collections, Pro Artibus, the Arabia Museum and KWUM to name a few.(https://www.bukowskis.com/en/auctions/E648/lots/1278185-anna-hackman-a-noid-signed-anna-hackman-2011)

[20] Ett av Pierre Bourdieus första studier i början av 1960-talet handlade om studerande och deras relation till sina lärare (Encyclopedia of Aesthetics, 2014)

[21] https://www.kwum.fi/en/kwum-karin-widnas-en/



Bild 2 Exempel på hur glasyr och glas bildar en oförutsägbar yta © Anne Rindell

”Ibland blir det ju icke slätt för jag är inte alltid så skicklig. Leran gör sitt. Jag godkänner jättegärna det som inte är slätt. Det som inte är perfekt. Som japanernas wabi-sabi.” (E)[22]

Nej definitivt inte det som kommer från fabrikerna. Då kan jag gå och köpa det från butiken, någonting tråkigt.

[22] What is Wabi Sabi? The Elusive Beauty of Imperfection, Källa https://japanobjects.com/features/wabi-sabi



Bild 3 En vas med oregelbunden form – något unikt © Anne Rindell

Ett återkommande tema i intervjuerna var att man tycker om det lite robusta och oförutsägbara både inom konst generellt och i handgjord keramik.

> *”Jag tycker inte om smått och nätt, småblommigt. Tycker om det udda och unika.” (C)*
>
> *”Det är det robusta och att man gör med egna händer. Mina ringar är stora och mina smycken är ofta lite större så jag vill ha stort och robust, unikt.” (B)*

Sammanfattningsvis kan konstateras att en viss syn på konst och keramik var gemensamt för de intervjuade. Den specifika forskningsfrågan *hur uppstår smak bland amatörkeramiker gällande de keramiska bruksföremål de tillverkar?* kan då sammanfattas som att man uppskattade det unika, handgjorda, antingen robusta eller stilrena men alltid det oförutsägbara. Förebilder var andra keramiker, läraren men även gelikar, det vill säga andra som gick på samma kurs, amatörer. Man kan säga att deltagarna utvecklar en viss expertis eller kunnande om keramik tack vare egen erfarenhet, alla förebilder och det stora antalet keramikföremål man ser i ”brännrummet” som andra gjort.

Hur kan då denna explorativa studie ses ur ett estetiskt perspektiv? I det följande kapitlet diskuteras studien i förhållande till vardagsestetik och smak.

5 Avslutning

Jag har i denna avhandling diskuterat begreppet ”smak” och positionerat arbetet inom vardagens estetik. Det centrala i begreppet vardagens estetik är att vardagen är relationell. Vardagen handlar inte om något specifikt område eller vissa objekt utan om den relation som vi utvecklar till saker, människor, och vår omgivning som vi hela tiden är i växelverkan med. (Puolakka, 2021, 135–137) Det relationella betyder att föremålet kan ses ur ett vardagligt perspektiv eller ur ett konstperspektiv. Användbarhet är viktigt ur det vardagliga perspektivet. Självgjord amatörkeramik kan alltså både ses som konst eller som ett vardagligt föremål beroende på vilken relation vi utvecklat till föremålet, det vill säga ställer vi ut den på hyllan för beundran eller är den en del av vår vardag. ”Bild 1 Exempel på en självgjord keramikskål” i stycket Introduktion är exempel på ett föremål som jag inte tills vidare utvecklat den vardagliga relation till som Puolakka beskriver ovan, utan den ”är utställd” på hyllan hemma.

När vi talar om vardagsestetik eller vardagens estetik – det estetiska i vardagen – blir Deweyn’s syn som det extraordinära i det ordinära (Puolakka, 2021) viktig i denna studie. Alla intervjuade framhävde att *det unika* är en central motivator för dem att göra keramik och en central dimension i deras ’smakuppfattning’ gällande de keramikföremål de uppskattar. De vill alltså inte ha det vanliga som finns att köpa i butiker utan något annorlunda, unikt. Sålunda resonerar det unika med Deweyn’s uppfattning om vardagsestetik som inte är alldaglig utan den höjer sig över det alldagliga i sin spänst, rytm och fulländlighet (Puolakka, 2021). Saito, har kritiserat Deweyn’s syn för att dylika upplevelser i vardagen är sällsynta (Puolakka, 2021, 135) men kanske just självgjord unik keramik kan ses representera det som Deweyn beskriver som vardagsestetik.

Hur skall då unika vardagsföremål uppfattas? Kan de vara konst? Stanford Encyclopedia of Philosophy (Adajian, 2024) hävdar att artefakts som producerats enbart för vardagliga nyttosyften och uppvisar formella egenskaper inte betraktas som konstverk. Det att ett föremål är unikt gör det inte automatiskt till ett erkänt konstverk även om det kan vara vackert. Diskussionen om vad som kan betraktas som konst är en mycket central och viktig del inom estetik och också ytterst viktig för konstnärerna själva men faller utanför fokus i denna avhandling. Däremot är det unika en viktig motivator för amatörkeramikerna själva och såtillvida ett relevant resultat av studien.

Den franska sociologen Pierre Bourdieus (1986, 265) syn att smak inte är individuellt utan socialt betingat rimmar med det unika som ett sätt att göra distinktion mellan människor. Hör man till gruppen ”skolade stadsbon” som i studien i detta arbete är det troligt att man inte gör egna

kärl i keramik av ekonomiska skäl utan, som det framkom, för att få något unikt som en del av hemmets inredning eller trädgården som skiljer sig från mängden – en distinktion. Det framgick också ur intervjuerna att vill man ha en standardkopp går man till butiken och köper en ”Arabia”, som man dessutom redan har ”skåpen fulla av”. Smak utgör ett kulturellt kapital som skiljer samhällsklasser, men också små subkulturer som amatörkeramiker, från massan. Detta kallar Bourdieu för distinktion.

Livsstil och habitus är viktiga begrepp för Bourdieu (1986). Amatörkeramikerna ansåg att göra keramik och andra handarbeten är en livsstil för dem. De unika keramikföremålen i hemmen kan ses som habitus i Bourdieus bemärkelse. Via habitus syns smakpreferenser. Man har vissa tankemönster och handlingssätt som är bundna till ens klass men också till ens utbildning, man skiljer sig från mängden men samtidigt hör man ihop med andra likasinnade.

På kurserna med andra likasinnade och via konstintressen som de intervjuade berättade om – konstnärer de beundrade - blir smaken socialt konstruerad och man kan med fog säga att många olika konstformer hade en central roll i de intervjuades liv. Även handarbete i dess olika former var en hobby för flera. Konstutställningar och museibesök både i Finland och utomlands utgjorde en central roll i amatörkeramikernas livsstil. Alla kunde även nämna sina favoritkonstnärer som de beundrade. En livsstil som mycket kretsar kring bildkonst och formgivning - som keramik - utvecklar förmodligen ens känsla för smak men som Hume poängterar, bara eventuellt inom samma genre (Gracyk, 2024), det vill säga formgivning.

Man kan se dessa som habitusscheman enligt Bourdieu (1984), där smaken utgör förmågan att tillägna sig en bestämd klass av klassificerade och klassificerande objekt eller praktiker som ligger till grund för livsstilar. Denna ”konstnärliga” livsstil och fler år av keramik som hobby har antagligen även utvecklat amatörkeramikernas smak men det att man gör keramik själv knappast är ett kriterium för god smak.

När det gäller smak nämnde de flesta intervjuade keramiker vars verk de beundrar och eventuellt eftersträvar samma formspråk i sin egen keramik. Inom keramik är det stor skillnad mellan robust organisk och tunn sirlig formgivning. Kanske är de konstnärliga förebilderna vad Bourdieu kallar referensgrupper, en högre ”klass” än den amatören själv hör till.

Bourdieu (1984) hävdar att mellan de sociala klasserna finns en distans och en kamp om position. Självgjord amatörkeramik kanske inte automatiskt hör till högkultur men några som deltar på kurserna ställer även ut sin keramik på gallerier. [23] Att göra keramik på en förmånlig Arbis-

[23] Kinnunen som deltar på samma keramikkurs som jag själv ställer ut och säljer sin keramik på Gumbostrand Konst & Form

kurs kan knappast ses som socialt klassbundet även om de intervjuade kan räknas till de skolade stadsborna. Medborgarinstitut finns dock på många orter i Finland och situationen där kan vara en annan. Arbis i centrum av Helsingfors torde vara en tillgänglighetsfråga för stadsbon. Bourdieu (1984) hävdade däremot att utbildningssystem spelar en avgörande roll i att reproducera klasskillnader och detta resonerar med att keramikkurserna nog ger en färdighet i att göra och evaluera keramik.

Som slutsats av analysen av data utgående från Bourdieus (1984) tankar kring smak kan sägas att smak säkerligen influeras av en social dimension. Däremot kan man inte påstå att den sociala aspekten ger någon garanti för god smak, utan det intressanta är vad som har inverkat på deras smak om keramikföremål.

Genom tiderna har smak ansetts vara en personlig egenskap i enlighet med vad Hume och Kant hävdat på 1700-talet, en estetisk sensitivitet och fingerspetskänsla för estetiskt värdefulla saker men som också går att utveckla över tiden. Den sociala omgivningen och personens livsstil har dock en stor betydelse som referensram. I dagens värld med sociala media och tillgång till förebilder världen över går det lätt att utveckla sin egen smak via dessa förebilder ifall av intresse och fallenhet.

Haapala (2020, 230) påpekar, med hänvisning till den brittiska filosofen Frank Sibley, att man inte kan påvisa någon estetisk dimensions närvaro eller frånvaro på samma sätt som fysiska egenskaper som färg eller tyngd. Man kan alltså inte uteslutande bevisa universell skönhet eller fulhet, eftersom, som Hume betonar (Gracyk, 2024), smak har även kulturella och tidsenliga (*eng. time and place*) inrotade meningar.

Som en slutsats i detta arbete tenderar jag att följa Haapalas (2020) tankar om att smak är både individuellt och socialt. Helt tydligt inverkar det att man själv gör keramik på hur man ser på keramiska föremål. Man lär sig urskilja kunnighet i form, färg och uppfinningsrikedom när man ständigt ser andra amatörkeramikers arbeten. Hur mycket man kan skola och utveckla sin smak lär i slutändan förbli individuellt.

Haapala (2013) gör en skillnad mellan tre olika synsätt på smak: smak som individuella smakförnimmelser; smak som en inre sensibilitet för det estetiska; och smak som expertis (57–58). Som smakförnimmelse hänvisar vi till de olika smaksinnen som vi alla upplever individuellt. I fråga om dessa har alla sin individuella smak och preferenser som det nog går att diskutera men eventuellt är det lönlöst att disputera och tvista kring. Smak som en inre sensibilitet för det estetiska är däremot enligt Sibley (1959) en talang och kapacitet att märka och iaktta vissa estetiska dimensioner i saker och ting och Haapala drar slutsatsen att Sibley avser att talangen är medfödd och knappast går att

utveckla (ibid, 59). Smak som expertis eller sakkunnighet kan enligt Haapala förstås som något man kan utveckla via erfarenhet så att man kan värdesätta de saker man känner till. Inom konst är smak enligt Haapala närmast denna typ av expertis framom personliga preferenser. (ibid, 61–62) Över tiden ändras uppfattningar om vad som kan anses vara konst och i olika kulturer värdesätter man konstformer olika och olika konstformer (ibid, 63).

Avslutningsvis kan man fråga sig vilken relation amatörkeramikerna har till de föremål de gör på Arbis kurser? Framför allt kan man fråga sig ifall man kan lära sig något om begreppet smak utgående från de intervjuer som gjordes för denna avhandling med sex amatörkeramiker på Arbis keramikkurs.

Det som inte nämnts i de teorier om smak som tagits upp inom ramen för denna avhandling är *känsla*, den känsla man utvecklar för ett självgjort keramikföremål. Man kanske är stolt över hur bra man lyckats. Man kanske känner glädje över de vackra färger och den lyckade innovativa formen ens föremål har. Man kanske blir glad varje dag när man ser det, man kanske blir fäst (eng. attachment) vid föremålet, koppen man varje morgon dricker sitt kaffe från. Eller kanske en god vän tänker med värme på det självgjorda föremål hen fått. Kan känsla vara en ytterlig dimension av smak? Man tycker om eller inte tycker om för att man är emotionellt bundet till föremålet. Ett beskrivande exempel för hur emotioner kan binda (eng. attachment) en till de föremål man gjort finns i data då en informant närmast gjorde keramikföremål åt sina barnbarn i enlighet med vad de önskat sig:

> *”Mina barnbarn brukar önska olika föremål och jag försöker uppfylla deras önskemål” (E)*

Hur inverkar då att man har en emotionell förbindelse till föremålet ens smakupplevelse?

Eftersom studien har en etnografisk dimension då skribenten själv deltar i samma processer som de intervjuade och på detta sätt kan få en djupare förståelse om sitt forskningsområde tänker jag att känsla, en emotionell förbindelse, kan vara en viktig del av hur smak uppstår både individuellt och socialt.



Bild 4 Exempel på självgjord keramik i vardagen som är unikt och som väcker positiva känslor dagligen hos mig som gjort föremålet. © Anne Rindell

Inspirerad av denna studie tänker jag mig att fortsatt forskning kunde fokusera på den emotionella dimensionen av smak speciellt när det gäller amatörkonst och vilka känslor den väcker hos amatörkonstnären. Frågor som ”Hur ser jag på mina egna verk”, ”Vilka känslor väcker de”, ”Hur inverkar dessa känslor på min smak” är frågor som detta arbete inspirerar till.

Känslor är en viktig del i processen då man som amatörer gör keramik. Man kan aldrig veta vad som händer i bränningen och ibland blir det en positiv överraskning och ibland en negativ. Den självironiska kommentaren av en informant beskriver hur man bortförklarar känslan av misslyckande:

> *”Nej, vi brukar trösta varandra med att säga att det är bra att det syns att det är handgjort.” (F)*

Konstnärsskildringar och den emotionella sidan av skapandet är väldokumenterad men hur upplever amatörerna emotionellt sina verk kunde forskas kring. Varje konstnär är en amatör först före hen blir socialt godkänd som ”riktig” konstnär. Därför ser jag att även amatörkonstnärer förtjänar

att bli studerade eftersom de eventuellt kan bidra med nya synvinklar om hur smak uppstår och speciellt om den emotionella sidan av smak. Dessa studier skulle då beakta tidsdimensionen och ha en process syn på forskningsområdet.

Denna studie är begränsad till den litteraturgenomgång som gjordes. Ytterligare synvinklar av nutida forskare inom estetik kunde berika förståelsen. Den explorativa induktiva kvalitativa studien som gjordes tjänar närmast som inspirationskälla till fortsatt forskning. Detta är även idén med explorativa studier och samma frågor kunde ställas amatörkeramiker i andra åldersgrupper än den som valdes i denna studie.

Slutligen, inom vardagsestetik har en ny dimension vuxit fram som inte drar paralleller till konst utan tvärt om ser estetiska dimensioner inom sina egna praktiker. Exempel kan hittas inom många yrken som till exempel medicin, ekonomi, och organisationsforskning. Grundtanken är att människor negotierar sin verklighet. (Saito, 2026) Pine and Gilmore's (2011) bok *"The experience economy*" med närmare 20 000 citeringar är ett exempel på detta. Kanske denna trend ger en förklaring till den fråga som ställdes i början av arbetet, det vill säga, varför det stora intresset för keramikkurser? Kanske svaret blir att man vill uppleva mera och ser det estetiska i de olika processer som hör keramik till.

KÄLLFÖRTECKNING

Adajian, Thomas, 2024. "The Definition of Art", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2024 Edition) I verket Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.), URL = <https://plato.stanford.edu/archives/fall2024/entries/art-definition/>.

Bourdieu, Pierre, 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Routledge.

Bourdieu, Pierre, 1986. ”Distinktionen. En social kritik av omdömet”. I verket P. Bourdieu, *Kultursociologiska texter*, utgivet av Donald Broady & Mikael Palme. Stockholm: Förlaget Salamander.

Bourdieu, Pierre, 1992. *Kultur och kritik.* Uddevalla: Mediaprint.

Bourdieu, Pierre, 2016. ”Erottuminen - arvostelukyvyn sosiaalinen kritiikki”. *Estetiikan klassikot II Modernista Postmoderniin*, edt Reiners, I., Seppä, A. Vuorinen, J. Tallinna: Gaudeamus.

Carroll, Noel 1984. “Hume’s Standard of Taste”. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 43(2), s. 181–194. https://doi-org.libproxy.helsinki.fi/10.2307/429992

Dewey, John, 2010/1934. *Taide kokemuksena.* Suom. Antti Immonen & Jarkko S. Tuusvuori. Tampere: niin&näin

Dowling, Christopher, 2010. “The Aesthetics of Daily Life”. *British Journal of Aesthetics*. No. 50:3, s. 225-242.

Eaton, M., M., 1993. *Estetiikan ydinkysymyksiä.* Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.

Encyclopedia of Aesthetics, 2014. 2nd edition, Oxford University Press, eISBN: 9780199747115 Hämtad 26.3.2025

Gesser, Bengt, 1992. ”Förord” in verket Bourdieu, Pierre: *Kultur och kritik*. Uddevalla: Mediaprint.

Gracyk, Theodore, 2024. "Hume’s Aesthetics", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Summer 2024 Edition), Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.), URL = <https://plato.stanford.edu/archives/sum2024/entries/hume-aesthetics/>.

Haapala, Arto, 1995. ”Arjen arkisuus ja esteettisyys”. Teoksessa Arto Haapala, Martti Honkanen & Veikko Rantala (toim.): *Ympäristö arkkitehtuuri estetiikka*, s. 129–144. Helsinki: Yliopistopaino

Haapala, Arto, 2005. “On the Aesthetics of the Everyday: Familiarity, Strangeness, and the Meaning of Place”. I Andrew Light & Jonathan Smith (ed.): *The Aesthetics of Everyday Life*, s. 39–55. New York: Columbia University Press

Haapala, Arto, 2013. ”Voiko makuasioista kiistellä? Maku estetiikan ongelmana”. I verket *Matkalla. Pauli Tapani Karjalaisen 60-vuotisjuhlakirja*. Edterad av Paasi, A., Rannila, P., Tani, S. s. 57-64. Oulu: Multiprint.

Haapala, Arto, 2020. ”Esteettiset arvot muuttuvassa ympäristössä”. I S. Kyllönen & M. Oksanen (toim), *Ilmastonmuutos ja filosofia.* S. 216-235. Helsinki: Gaudeamus,

Heikkilä, Riie. 2011. *Bättre folk, bättre smak. Suomenruotsalaisten maku ja kulttuuripääoma*. Väitöskirja Sosiaalipolitiikassa. Helsinki: Unigrafia.

Kant, Immanuel 2018/1790. *Arvostelukyvyn kritiikki.* Tallinna: Gaudeamus.

Korsmeyer, Carolyn. 2014. ”Taste. Modern and Recent History”. In *Encyclopedia of Aesthetics* (2ed) edited by: Michael Kelly, Oxford University Press. eISBN: 9780199747115

Leddy, Thomas, 2015. “Experience of Awe: An Expansive Approach to Everyday Aesthetics”, *Contemporary Aesthetics* (CA), Vol. 13.

Melchionne, K. 2013. The Definition of Everyday Aesthetics. *Contemporary Aesthetics* No. 11.

Moisander Johanna. & Valtonen, Anu. 2011. *Qualitative Marketing Research. A Cultural Approach*. SAGE publications, London.

Naukkarinen, Ossi 2011. *Arjen estetiikka*. Helsinki: Aalto-yliopiston taideteollinen korkeakoulu.

Patton, M., Q. 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. 3rd edition, London: Sage publications.

Pesonen, P., Junno, A., Mannermaa, K., Papakosta, V., Isaksson, S. (2024). Why Pottery? A Finnish View on the Adoption and Use of Early Pottery. In: D’Ercole, G., Garcea, E.A.A., Varadzinová, L., Varadzin, L. (eds) *Early Pottery Technologies among Foragers in Global Perspective*. One World Archaeology. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-71777-2_2

Pine, B. J., & Gilmore, J. H., 2011. *The experience economy*. Harvard Business Press.

Puolakka, Kalle, 2021. *John Deweyn estetiikka kokemus, luonto ja kulttuuri*. Tallinna: Gaudeamus

Purhonen, S. & Gronow J. & Heikkilä, R. & Kahma, N. & Rahkonen, K. & Toikka, A. 2014. *Suomalainen maku: Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Gaudeamus.

Rebentisch, J., 2018. Distinction and Difference: Revisiting The Question of Taste. *The Nordic Journal of Aesthetics*, *26*(54). https://doi.org/10.7146/nja.v26i54.103077

Saito, Yuriko, 2017. The Ethical Dimensions of Aesthetic Engagement. *Espes: The Slovak Journal of Aesthetics*, 6(2), 19-29.

Saito, Yuriko, "Aesthetics of the Everyday", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2026 Edition), Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.), forthcoming URL = <https://plato.stanford.edu/archives/spr2026/entries/aesthetics-of-everyday/>.

Sibley, F. 1959. Aesthetic Concepts. *The Philosophical Review,* Vol. 68, No. 4 (Oct., 1959), pp. 421-450. https://doi.org/10.2307/2182490

Townsend, Dabney, 2014. Taste. Early History. In *Encyclopedia of Aesthetics* (2ed) edited by: Michael Kelly, Oxford University Press. eISBN: 9780199747115

Valeri, R. & Nordström, I. (red.) 1996. *Tycke och smak: sju etnologer om estetik*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

Vuorinen, Jyri, 1993. *Estetiikan klassikoita*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Wallendorf, M. & Belk, R.W., 1989. Assessing Trustworthiness in Naturalistic Consumer Research. In Edt. Hirschman, E.C., *Interpretive Consumer Research*, Association for Consumer Research.

Wang, L., Sebillaud, P., 2019. The Emergence of Early Pottery in East Asia: New Discoveries and Perspectives. *Journal of World Prehistory,* 32, 73–110. https://doi.org/10.1007/s10963-018-9126-y