

Swedish Design on Stage

En studie av marknadsföringen av Sverige i Europa och europeiseringen av svensk kultur¹

Elisabeth Wengström

Hur ska folk uppfostras för att bli goda Europamedborgare? Många menar att utvecklingen av den europeiska gemenskapen successivt kommit att efterlikna framväxten av den klassiska nationalstaten. Idag finns ett gemensamt regelverk för ekonomi och juridik men det saknas ett folk som i första hand betraktar sig som Europamedborgare. I bygget av det nya Europa görs därför omfattande satsningar på att skapa en gemensam kultur kring vilken européerna ska kunna enas.² I denna strävan finns en spänning mellan europeisk enhetlighet och mångfald. Å ena sidan baseras visionen om en enhetlig europeisk kultur på idén om ett gemensamt kulturarv, särskilt i fråga om finkultur och bildning. Å andra sidan premieras föreställningen om en regional kulturell mångfald där regionerna och deras befolkningar representerar det genuina och traditionstroga (Hansen & Salomonsson 2001).

I den här artikeln ska jag diskutera hur Sverige och svensk kultur gestaltades med hjälp av svensk design under Sveriges ordförandeskap i EU våren 2001.³ Mitt exempel är en stor designutställning, *3D+ Swedish Design on Stage*, som turnerade i Europa och därefter inledde sin Sverigeturné i Orsa. Genom att granska utställningens föremål och scenografi samt arrangörernas intentioner ska jag försöka visa hur kulturell identitet formulerades på såväl nationell som regional nivå. Avslutningsvis kommer jag att resonera kring

i vad mån designutställningen utgör en byggsten i konstruerandet av en europeisk kulturell identitet.

År 1995 blev Sverige medlem i EU. Sju år senare övertog Sverige ordförandeklubban i EU:s högsta beslutande organ, ministerrådet.⁴ Som ordförandeland gäller det att verka i hela unionens intresse och att vara EU:s ansikte utåt. Ordförandelandet förväntas också offentligt manifesteras sin nationella kultur i Bryssel inför de övriga medlemsländerna, Sverige skulle därmed under våren 2001 representera både det svenska och det transnationella. Ett sätt att visa upp Sverige var att arrangera kulturprogram i Europa.⁵ Kultursatsningarna planerades och administrerades av utrikesdepartementet och skulle, enligt ett pressmeddelande, ”ge en ny och samtida bild av Sverige”.

Redan från början stod det klart att design skulle prioriteras. Stora resurser lades därför ned på att producera en stor designutställning som skulle representera Sverige i Europa. Den producerades av Riksutställningar och Svensk Form som båda har nationella uppdrag. Utställningen gavs det kryptiska namnet *3D+ Swedish Design on Stage*, vilket enligt Riksutställningar, skulle anspela på föreställningen om de tredimensionella föremålen fjärde dimension, det vill säga deras djupare betydelser och konstnärliga värden. Ordförandeskapshalvåret inleddes med en manifestation kring vad man i ett pressmed-

delande presenterade som ”*Swedish Life-style*” och som omfattade mat, mode, musik, design med mera i Sverige huset i Bryssel. Den 3 februari 2001 invigdes *3D+ Swedish Design on Stage* av kulturminister Marita Ulvskog i arkitekturmuseet CIVA i Bryssel. Därefter visades den i Berlin och Dublin. Efter ordförandeskapshalvåret har utställningen turnerat i Sverige.

I Orsa såg jag utställningen i samband med vernissagen den 13 oktober 2001. Men innan jag redogör för hur utställningen iscensattes i Orsa ska jag kort diskutera begreppet design utifrån ett modernitetsteoretiskt perspektiv, ett kulturarvspolitiskt perspektiv och slutligen som ett element i den nya ekonomin.⁶

Form och identitet

I dagligt tal är begreppet design ofta synonymt med formgivning och avser vanligtvis en produkts form eller utseende. Det är i huvudsak i denna allmänna mening som begreppet design används i artikeln. Avsikten är inte att försöka reda ut begreppens skilda betydelser utan snarare att säga något om design som ett samtida fenomen och användningen av design för att gestalta identiteter.⁷ Jag kommer i det följande att beröra fenomenet design ur två aspekter som båda anknyter till framväxten av det moderna samhället. Dels kommer jag att beskriva hur design ingått som en del i ett modernt svenskt identitetsbygge, dels kommer jag att diskutera design som ett redskap för ett individuellt identitetsbygge.

När socialdemokraterna kom till makten 1932 skulle det gamla Fattigsverige sopas bort. Sverige skulle moderniseras och ett medel för detta blev modern svensk formgivning. Det moderna blev under 1900-talet synonymt med utveckling, framsteg och en väg till det goda livet (Glambek 1997:138). Den svenska nationella självbilden kom att förknippas med modernitet, både inom och utom landets gränser. Stockholmsutställningen 1930 brukar

betraktas som funktionalismens genombrott i Sverige. Många forskare och konstkritiker har visat hur svensk funkis kom att utgöra en central byggsten i skapandet av det svenska folkhemmet, både vad gäller arkitektur och heminredning (Löfgren 1992, Wickman m.fl. 1997). Det var ett lätt, rent och funktionellt stilideal som skulle leda Sverige in i framtiden. Den moderna svenska formgivningen förknippades med föreställningen om en bättre och lyckligare tillvaro för medborgarna. Tillgången till industriellt tillverkade varor i kombination med utökad köpkraft blev en del av den svenska demokratiseringsprocessen. Modern svensk form kom att symbolisera såväl svensk demokrati som svensk välfärdspolitik. Den svenska designens demokratiska framtoning förstärktes av 1960-talets framgångsrika satsningar på ergonomisk design, vilket innebär att föremålen brukarvänliga och tillgängliga även för funktionshindrade. Ergonomisk design är fortfarande en viktig del av svensk formgivning.

Svensk modernism motiverades med idéer om det nya klasslösa samhället. Flera forskare har dock påpekat att det moderna i själva verket representerade den framväxande medelklassens tankar och värderingar (Ekström 1994, Löfgren 1992). De svenska medborgarna skulle fostras in i ett nytt estetiskt ideal där det funktionella och avskalade blev det vackra. Svenskarnas boendemiljö moderniserades och det spretiga, pråliga, grålla och hemsnickrade skulle rensas bort. Ökad köpkraft och minskad arbetstid gav svenskarna från mitten av 1900-talet ”nya möjligheter att iscensätta sitt liv, sin person och sitt hem med hjälp av varusamhällets utbud” (Löfgren 1992:25). Ur den synvinkeln kan man betrakta design som en resurs för ett individuellt identitetsbygge. Formgivna föremål är både meningskapande och symbolladdade. Men för att kunna tolka och kontrollera vad föremålen kommunicerar krävs kunskap och information, vilket kännetecknar det så kallade infor-

mationssamhället (Giddens & Pierson 1998, Castells 1999). Med detta avses att samhället genomsyras av ett massivt informationsflöde som såväl enskilda individer som makthavare måste förhålla sig till. Det gäller att ständigt vara uppdaterad. I fråga om design krävs också en förmåga att välja utifrån kunskaper om de formgivna föremålets betydelser.

Ur det perspektivet framstår design som ett uttryck för medvetenhet och kontroll. Formgivna föremål kan användas för att visa tillhörighet till en viss grupp eller plats. Men tillhörigheten kan vara tillfällig och bytas till en annan med hjälp av andra föremål. Det moderna identitetsprojektet förutsätter emellertid att brukarna av designade produkter är kunniga om föremålets betydelser som ständigt förändras. Därför kan man säga att samtida design både är öppen och stängd. Den är öppen och demokratisk i meningen att varorna är tillgängliga på en marknad för konsumtion. Men samtidigt kan design vara uteslutande eftersom inte alla har tillgång till vare sig pengar eller information och kunskap för att tillägna sig designade föremål. De designade produkterna kan därför bli ett uttryck för exklusivitet som både markerar tillhörighet och utanförskap.

Ett estetiskt kulturarv

De designade föremålen i utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* anknyter till såväl svensk formtradition som till hur svensk kultur presenterats genom utställningshistorien. Man kan därför betrakta utställningen som en manifestation av svenskt kulturarv.⁸ Enligt Barbro Klein (1997:18f) kan kulturarv definieras som ”något andligt eller materiellt som ärvt från, överlämnats av eller tagits över från ’föregångare’”. Kulturarv kan vara traditioner, föremål, byggnader och dylikt som anknyter till ett gemensamt ursprung och en gemensam historia. Genom att manifesteras kulturarv skapas tillhörighet till en grupp, en plats eller en nation. Det ligger, menar Klein

(1997:15ff), i sakens natur att kulturarv ska visas upp på publika arenor. Kulturarvet är därmed ett både expressivt och publikt fenomen. Att välja ut, tolka och exponera kulturarv måste därför betraktas som en politisk handling. Vare sig det gäller ett lands regering eller en minoritetsgrupp så ligger en medveten politisk strategi bakom definitionen av kulturarv.

Att expressivt manifesteras kulturarv, till exempel vid världsutställningar och på museer, kan utgöra betydelsefulla politiska medel för att skapa tillhörighet, en gemensam historia och kanske också en gemensam framtid (jfr Hansen & Salomonsson 2001:19). Definitionen av kulturarv är därför viktig för såväl regioner, nationer som den europeiska unionen. Men om kulturarvet gestaltar tillhörighet så antyds samtidigt ett utanförskap. Några företeelser anses vara värda att lyftas fram medan andra väljs bort. Till synes oförargliga föremål som antyder kulturarv och tillhörighet kan bli kraftfulla symboler för gränsmarkeringar och uteslutning (Klein 1997:17).

Världsutställningarnas manifestationer av nationell tillhörighet och kulturarv har beskrivits som offentliga upplysningsprojekt i vilka medborgarna skulle skolas in i en borgerlig stadskultur med dess ideologi och estetik (Ekström 1994). På motsvarande sätt kan man avläsa utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* som en iscensättning av ett kulturarv och som uttryck för tillhörighet eller uteslutning. Man kan fråga sig vilka kulturella tillhörigheter som avspeglades. Vem skulle kunna avläsa de utställda föremålen? Eller med andra ord, vem skulle kunna identifiera sig i utställningen?

Formen i upplevelseindustrin

Utställningens arrangörer och producenter har sannolikt förhållit sig, medvetet eller omedvetet, till såväl utställningshistorien som det som sedan länge definierats och visats upp som svensk estetik och formgivning. Men man har säkerligen också tagit intryck av hur

Sverige har presenterats i de svenska så kallade livsstilsevent som ägt rum utomlands under de senaste åren.⁹ Livsstilsevent kan jämföras med det som inom företagsekonomi kallas marketing events och som avser iscensatta kollektiva händelser, vilka syftar till att marknadsföra ett företag eller en organisation. Dessa livsstilsevent har initierats av entreprenörer från näringslivet (ofta möbelföretag) som ett led i deras marknadsföring av sina designade produkter utomlands. Utrikesdepartementet, med handelsminister Leif Pagrotsky i spetsen, har bidragit ekonomiskt till dessa projekt och därigenom gett dem officiell status. Ett urval av svenska spjutspetsdesigners, konstnärer, kulturarbetare liksom högre tjänstemän, ambassadörer, ministrar och representanter från kungahuset har deltagit för att stödja svensk export och för att ge dessa evenemang en svensk legitimitet. Det svenska har blivit en kvalitetsmärkning som garanterar god kvalitet och trovärdighet.

Livsstilsevent är en del av upplevelseindustrin. Genom upplevelser av svensk mat, mode, möbelformgivning, musik och inte minst närvaron av det svenska kungahuset och kultureliten erbjuds besökarna upplevelser och minnen av det svenska.

Idag görs stora ansträngningar för att inte bara producera varor och tjänster utan också tillverka symboler, stämningar, aura, upplevelser och events. De enskilda varornas kulturella innehåll har blivit viktigt. Det är produkternas design som säljer. ”Att köpa bil är att köpa livsstil” hävdade Volvos designchef Anders Gunnarsson under en designkonferens.¹⁰ Volvos varumärke ska enligt designchefen förknippas med det som han menade karaktäriserar svensk design, det vill säga enkelhet, trovärdighet, funktionalitet, omtanke. Design har kanske blivit ett av de viktigaste konkurrensmedlen på marknaden. Därför görs stora ansträngningar inom näringslivet för att ge föremålen ett attraktivt, inte nödvändigtvis vackert, och livsstilsrelaterat uttryck.

Upplevelseindustrin ingår i det som kallas den nya ekonomin och som utmärks av en ”kulturalisering” av ekonomin och en ekonomisering av kulturen” (Löfgren 2001:4ff, jfr Fornäs 2001). I den nya ekonomin är snabbhet och rörlighet ett ideal och en konkurrensfördel, vilket gestaltas i kontorsmiljöer, i företagsreklam och på hemsidor. Begreppet *catwalk economy* myntades för denna förmåga att gestalta eller iscensätta produkter, miljöer, företag och kampanjer. Som Löfgren (2001:8) påpekar handlar det om att visa upp sig som en modern, dynamisk, kompetent, kreativ, rörlig och uppkopplad aktör. Ytterst handlar det om att få omvärldens uppmärksamhet genom att visa upp en attraktiv aura eller image. Denna ambition finns numera inte bara inom näringslivet utan också allt oftare i offentliga sammanhang (Ristilammi 2001).

Vernissage i Orsa

När Riksutställningar skickade ut ett erbjudande om utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* till landets kommuner visade Orsa genast intresse. Kommunen lockade med att man hade en för ändamålet passande lokal, en gammal fabriksbyggnad som höll på att byggas om till ett lokalt företagarcentrum. Denna vackra funktisbyggnad, som tidigare inhyst Orsas gamla sågbladsfabrik, hade fått namn efter gatadressen, Dalagatan 1. Orsa tillhör de många svenska regioner som under 1970- och 80-talen drabbades av en industriell omorganisering, vilken i sin tur ledde till minskad sysselsättning. Många människor tvingades flytta. Bland dem som blev kvar uppstod på många platser ett behov av att markera överlevnadsvilja. Denna kamp tog sig, enligt en rapport från Statens Kulturråd (2001), ofta uttryck i kulturella manifestationer med anknytning till lokala traditioner. Kanske var det en sådan överlevnadsstrategi som låg bakom Orsas omedelbara intresse av designutställningen.

Enligt kulturrådets rapport är variationerna stora när det gäller framtidsutsikterna för



Vernissagepubliken i Orsa på väg genom entrén till Dalagatan 1. Foto: Elisabeth Wengström.

olika regioner i Sverige. Siljansbygden och delar av Bergslagen tas som exempel på två olika regioner. Med hänvisning till forskaren Ronny Svensson, hävdas att de gamla bruks-samhällena präglas av svag självbild, brist på entreprenörsanda och beroende av offentliga initiativ. Siljansbygden däremot anges som exempel på en gammal dynamisk kulturbygd som har en stark identitet, småföretagartradition och öppenhet för impulser utifrån. Många av de nya entreprenörerna inom såväl kultur- som näringsliv är inflyttade. Lokalbefolkningen kan vara passiv.

På vernissagedagens morgon kunde man läsa följande rubrik i *Dalademokraten* (2001-10-13): "Orsa kommer i världsform. Stor utställning om design som framtid, skönhet och köpstimulans." Tidningen skrev vidare:

Nu prioriterar regeringen design. Nu kommer Riksställningars stora designutställning, initierad av bland annat kultursatsningen under Sveriges tid som EU:s ordförandeland. Och nu: Dalagatan 1 i Orsa. Det gamla funkishuset rymde en gång den gamla sågbladsfabriken, vanligen omnämnd med nostalgi i rösten (...) Idag står byggnaden nymålade och fräsch, redo för utvecklingsbefrämjande inrättningar. Borrmaskiner och hammarslag väsnas in i det sista före utställningens öppnande som för att bekräfta: Hör vad vi satsar i Orsa.

Ingen i Orsa kunde ha undgått att upptäcka att detta skulle äga rum. Arrangören, Orsa kommun, hade affischerat och lagt ut informationsblad på offentliga platser. Därtill hade särskilda inbjudningar skickats till företagare i kommunen. På husets nymålade ockrarröda fasad satt ett stort svart-vitt plakat med orden *3D+ Swedish Design on Stage* och därefter stod i ordningsföljd Orsa, Dublin, Berlin, Bryssel.

Många människor hade samlats i utställningslokalen inför invigningen. De flesta var finklädde. Flera hälsade igenkännande på varandra. Det fanns förväntan i luften. Det var som om alla samlats till en stor fest, ett evenemang som tycktes vara en angelägenhet för hela bygden. Plötsligt hördes fiolmusik. Tre unga dalkullor spelade en polska. När en äldre spelman blåste en hes fanfar i sin långa näverlur var det dags för invigningstalarna, Orsas kommunalråd Ann Beskow och Riksställningars generaldirektör Christina Hallman, att göra entré. Allas blickar vändes mot en liten upplyst scen som tillfälligt arrangerats i utställningslokalen. Den var omgärdad av blommor skänkta av en lokal blomsterhandlare. Två svenska flaggor hade placerats framför scenen och mellan dessa hade man spant

upp ett vävt brokigt band med ett traditionellt dalamönster. Bandet, som var en gåva från ett lokalt företag, skulle klippas av under invigningsceremonin. Fotoblixtar haglade genom rummet när invigningstalarna tog till orda. Först kommunalrådet Ann Beskow:

Jag brukar gå och fundera på vad människorna i Orsa 1942 tänkte när det här huset byggdes. Kanske så tänkte man mest, och säkert gjorde man det, på jobben och tillväxten som det innebar när den numera gamla Sågbladsfabriken byggdes. Men jag funderar mer på vad tänkte man om själva byggnaden. Hur tyckte man att den såg ut? Det är ju faktiskt en funkisbyggnad som inte är så vanlig i våra bygder. Nu vet jag inte riktigt hur många det finns men inte är det många och inte finns de i vår absoluta närhet. Det är ju så att arkitekturen, formen, designen finns alltid med. Några går före och banar väg till det som är nytt. Och några går bredvid och tittar nyfiket på medan några också går bredvid och skäller mest hela tiden för att allt nytt är fult. Formen, designen sätter alltid spår och bildar alltid nya språngbrädor att bygga vidare på.

Kontrasten mellan inledningen på invigningsceremonin och kommunalrådets tal var slående. Spelmännen, folkmusiken, folkdräkterna, näverluren och Orsamönstret på bandet användes för att peka mot ett historiskt förflutet som går tillbaka till det gamla bondesamhället i Siljansbygden. Men när kommunalrådet tog till orda handlade det inte om det förflutna utan om framtiden. Istället för att blicka tillbaka på en förlorad värld talade hon med Orsaborna om design som symbol för förändring och förnyelse, som om den modernistiska industribyggnaden från 1940-talet, i kontrast till den omgivande bebyggelsen, redan från början siktade mot en ny och bättre tid. Men kommunalrådet knöt inte bara an till framtiden och det moderna, hon talade om Europa också.

Vi i Orsa känner oss naturligtvis hedrade över att Riksställningar vill ge oss förtroendet att ta hand om utställningen första gången i Sverige som den här

utställningen ska visas. Det är så roligt. Och det är det på väldigt många olika sätt. För Orsa vill alltid vara liten men stark i stora helheter. Bland annat så sätter vi ofta in oss själva i ett internationellt sammanhang för vi är en liten pusselbit i den stora helheten. Och därför så är det viktigt för oss och väldigt roligt att utställningen 3D+, efter att ha vandrat runt i flera stycken av de stora europeiska länderna, landar just nu här hos oss. Det är vi stolta för.

Ann Beskow framställde Orsa som en del av ett större sammanhang, ett Europabygge. Såväl industribyggnaden Dalagatan 1 som utställningsrummet vi befann oss i förvandlades till en mötesplats, mellan å ena sidan lokal kulturell tillhörighet och historia och å andra sidan europeisk gemenskap och framtid.

Den andra invigningstalaren, Riksställningars generaldirektör Christina Hallman, ville snarare återknyta till det nationella perspektivet och framhöll Orsas och Dalarnas betydelse för det som betraktas som svenskt. Orsa framställdes som en integrerad och ursprunglig del av den nationella kulturen. Satsningen på design blev därmed inte bara regionens utan hela nationens väg in i framtiden. Det nationella perspektivet förstärktes ytterligare av ett telefax från kulturminister Marita Ulvskog. Orsas kommunalråd förklarade att man i Orsa, i likhet med invigningen av utställningen i Bryssel, hade önskat att kulturministern skulle ha hållit invigningstalet. Men eftersom hon inte hade möjlighet att komma skrev hon några rader istället. Kommunalrådet uppmanade publiken att blunda och föreställa sig kulturministern och fortsatte i dramatisk presens:

Och nu säger hon så här till oss: ”För tio månader sedan fick jag i uppdrag att inviga den utställning som nu öppnas i Orsa. Då var platsen Bryssel – och Sverige hade nyss tagit över ordförandeskapet i EU. För många som var där var svensk design redan ett välkänt begrepp. Ändå överraskades vi alla av utställningens generositet med det funktionella, återhållsamheten med det dekorativa – och så mitt i alltihop: en skön detalj, en

rolig blinkning. Att utställningen nu inleder sin svenska turné just i Orsa är naturligtvis alldeles rätt. Den har kommit till en bygd och ett län som i så hög grad format bilden av det vi uppfattar som just svensk design. Den har helt enkelt kommit hem igen.

Det var tyst i lokalen då alla tycktes lyssna uppmärksamt på kulturministerns hälsning. Endast några små barn sprang omkring och stojade. Till sist skulle det vävda Orsabandet klippas av. De båda invigningstalarna skojade om det svåra men nödvändiga uppdraget att klippa av det vackra bandet. Ingen ville hålla i saxen och som det tycktes mig, klippa av navelsträngen mot det förflutna. Till slut sa kommunalrådet: "Det är synd att klippa i det men vi har order att klippa i det. Då gör vi det för vi lyder order. Varsågod Christina ta saxen!" Till publikens stora förtjusning och applåder gick bandet mitt itu. Den gamle spelmannen grep sin näverlur och blåste ännu en fanfar som en sista påminnelse från den gamla tiden, medan publiken långsamt förflyttade sig i riktning mot de moderna designade föremålen.

Invigningsceremonin framstod som en välregisserad kulturpolitisk föreställning. Platsen var laddad med historia. Vi befann oss i en industribyggnad som vittnade om det gamla livet i Orsa, om en av bygdens viktigaste näringar och arbetsgivare. Under några få år hade flera stora industrier lagts ned. En av dessa var sågbladsfabriken. Med industri- nedläggningarna försvann såväl arbetstillfällen som framtidstron bland Orsaborna. I kommunen var man länge oense om byggnaden skulle rivras eller renoveras. Till sist beslutades att den gamla sågbladsfabriken skulle byggas om till ett nytt företagarcentrum. Renoveringen genomfördes, och kanske rentav möjliggjordes, med stöd från EU:s strukturfonder. På vernissagedagen kunde därför Orsaborna inte bara se utställningen utan också för första gången besöka det nästintill färdigrenoverade företagarhuset Dalagatan 1.

I kommunalrådets invigningsanförande var det uppenbart att det inte bara var utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* som stod i fokus utan också själva platsen i sig. Designutställningen blev ett medel för att knyta ihop Orsa och den gamla sågbladsfabriken med samtiden och framtiden. Sågbladsfabriken laddades med nya betydelser och design var ett medel för detta.

Rörlighet och dynamik

Fenomenet design rör sig i ett gränsland mellan konst och kommersiell produkt. Även utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* befann sig i detta gränsområde, det vill säga, mellan att vara konstillation och en kommersiell produktutställning. Här fanns en spänning mellan å ena sidan ambitionen att förmedla en konstnärlig upplevelse, en fördjupad förståelse av form och estetik, och å andra sidan att bedriva marknadsföring av Sverige och svenska produkter. Många intressen hade vävts samman och många kompromisser hade gjorts, inte minst mellan de båda producenterna Riksutställningar och Svensk Form, som hade haft olika ingångar till arbetet med utställningen. Den förstnämnda hade betonat de konstnärliga inslagen och utställningens upplevelsekaraktär och den sistnämnda hade arbetat med att välja ut god och representativ design. Därtill hade de båda producenterna förhållit sig till regeringens övergripande mål att genom design stärka Sverigebilden och främja landets handels- och exportintressen. Det var därmed inte i första hand de designade föremålen som skulle marknadsföras utan hela den svenska nationen. Därför blev själva iscensättningen av föremålen liksom de historier som föremålen förväntades berätta centrala. Genom ett konstnärligt iscensatt varuutbud anknöt utställningen till den moderna upplevelseindustrin. Ambitionen var att iscensätta en aktuell och modern svensk livsstil och på detta sätt förstärka Sveriges image och position i Europa.

Att utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* uttryckte modernitet är därför knappast överraskande. Inte heller mot bakgrund av att Sverige, genom 1900-talets utställningshistoria och i synnerhet från och med Stockholmsutställningen 1930, utmärkt sig för sin nationella modernitet.

Men hur gestaltades det moderna år 2001? Låt mig börja med utställningsrummet. Ett till synes oräkneligt antal föremål, varav många i klara röda färger, var tätt uppradade på låga turkosa socklar ut-med väggarna. Trots myllret av prylar gav utställningen intryck av en genomarbetad estetisk ordning. Lokalen var nedsänkt i dunkel. Endast föremålen var belysta av spotlights. Inga förklarande texter fanns i utställningsrummet. I utställningskatalogen kunde man emellertid läsa om scenografen Alexis Pontviks intentioner med den rumsliga gestaltningen. Han liknade utställningen vid en kringresande cirkus som ständigt slår upp tältet på nya platser. På varje ny plats skapas, enligt Pontvik, ett nytt rum och en ny betydelse. *3D+ Swedish Design on Stage* är en vandringsutställning och scenografin hade lekt med detta fenomen. Scenografin skulle visualisera vandringsutställningens dynamik och rörlighet i utställningsrummet. De turkosa podierna var i själva verket föremålens transportlådor. Som betraktare kunde man få intrycket av att lådorna hastigt hade burits in, placerats längs med väggarna och öppnats för en tillfällig exponering. Att det var förvaringslådor framstod tydligt eftersom en del av dem, i likhet med fiolfodral, var formade efter det föremål som skulle packas ned. En av de turkosa lådorna, formad efter en cykel, stod uppställd med cykeln parkerad inuti. Därtill fanns hål i lådan så att cykelns hjul kunde sticka ut, vilket innebar att den smidigt kunde rullas in och ut ur utställningslokalen i sitt eget emballage.

Utställningen förmedlade både en underfundig lågmäld humor och en lätthet, inget tycktes vara där för att stanna. Man kan tolka

själva iscensättningen av utställningen som en visualisering av det globala samhället där kommunikation och rörlighet är två grundfundament. I likhet med andra moderna medier tycktes utställningen snabbt och smidigt förflytta sig i världen och därmed också knyta ihop olika platser oavsett fysiskt avstånd. Utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* var producerad för att berätta något om "det nya Sverige" i tre moderna storstäder – Bryssel, Berlin och Dublin – och knöt på så sätt samman några urbana europeiska miljöer.

Rörelsetemat förenade också de tre specialinbjudna scenkonstnärerna: konstnären och musikern Carl-Michael von Hausswolff, koreografen Kenneth Kvarnström och regissören Karl Dunér, som utifrån konstnärliga aspekter gav sina perspektiv på några utvalda föremål i utställningen. De tre konstnärernas installationer var stationerade mitt i rummet. Ett av dessa var en avlång ljudmatta på golvet som kontinuerligt brusade av det hopmixade ljudet från föremålen i rummet. I en videoinstallation kunde man följa professionella dansare som rörde sig med några av bruksföremålen. Därutöver hängde ett par stora metallcylindrar från taket i vilka några föremål som sönderdelats till småpartiklar strukits ut som fartränder längs väggarna. Man kunde föreställa sig att cylindrarna var väldiga centrifuger som med stor kraft hade sönderdelat föremålen i sina minsta beståndsdelar, eller grundämnen. Samtliga konstinstallationer gav associationer till en pågående rörelse: ljud som med växlande styrka brusar genom rummet, den oavbrutet pågående rörelsen i dansen och den centrifugala rörelsen som pressat ut föremålen till fartränder längs cylindrarnas väggar.

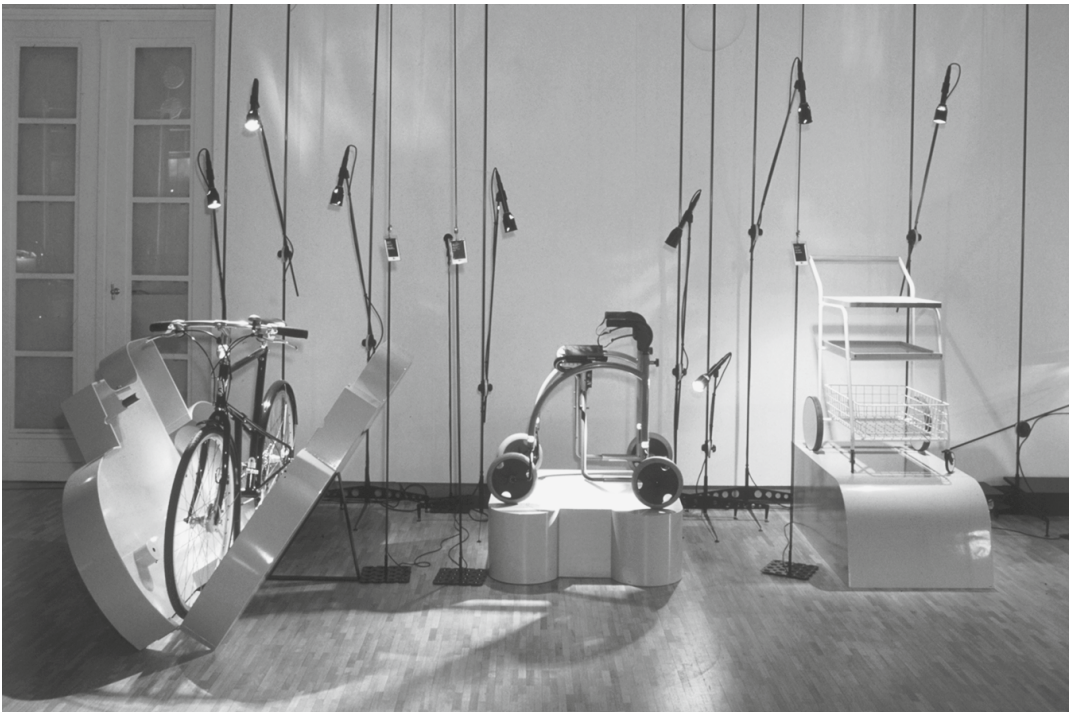
Avsikten med att engagera konstnärer i utställningen var, enligt utställningskatalogen, att fördjupa upplevelsen av design. Kanske ville man därigenom motverka intrycket av en ren föremålspresentation, en varumässa. Med sitt konstnärligt iscensatta varuutbud tycktes

3D+ *Swedish Design on Stage* som sprungit ur det som betecknas som vår tids upplevelseindustri. I utställningen såldes inga varor utan istället erbjöds besökarna upplevelser och minnen av en dramatiserad verklighet om en modern svensk och kanske europeisk tillhörighet.¹¹ Den scenografiska betoningen på rörlighet och dynamik påminde också om det som beskrivs som karaktäristiskt för den nya ekonomins aktörer och dess miljöer. Både scenografin och de designade föremålen bidrog till att marknadsföra Sverige som en modern, dynamisk och ”uppkopplad” nation i den europeiska gemenskapen.

Föremålen

Vad var det för föremål som fick representera det svenska i Europa? Utställningen omfattade drygt 80 nyproducerade bruksföremål som i huvudsak valts ut av Svensk Form.¹² Många av föremålen har belönats med utmärkelsen

Utmärkt Svensk Form.¹³ De flesta av varorna går att köpa i inredningsbutiker och sportaffärer och är avsedda att användas i människors vardag, både i hemmet och på fritiden. I urvalet har man, enligt Svensk Form, tagit hänsyn till funktion och estetik snarare än till popularitet och försäljningsstatistik. Man kan därför inte säga att majoriteten av den svenska befolkningen avspeglades i utställningen utan snarare en mindre grupp designmedvetna storstadsbor. Ytterligare kriterium för urvalet har varit att föremålen i princip endast får vara tre år gamla och att de ska vara i original. Detta innebär att utställningen inte visade modern design från till exempel 1950-talet, det vill säga föremål som idag betecknas som högt värderade moderna antikviteter. Avsaknaden av de svenska moderna formklassikerna innebar emellertid inte att kopplingarna till ett nationellt kulturarv saknades. Istället fanns många estetiska, formmässiga



De designade föremålen hade placerats på podier som också såg ut att vara deras transportlådor. Foto: Olof Wallgren, Rikstställningar.

och funktionella aspekter som, ofta på ett lekfullt sätt, anknöt till det förflutna, till såväl svensk formtradition som nationell självbild. Många föremål kunde till exempel länkas till föreställningen om svenskens kärlek till naturen och förkärlek till funktion och renhet.

Men utställningens fokus var utan tvekan samtid och framtid. Enligt projektbeskrivningen var målet med utställningen att öka intresset och engagemanget för svensk design, såväl internationellt som nationellt, med inriktning på design som bruksföremål, livsstils- och identitetsskapare.¹⁴ Det var ett individrelaterat förhållningssätt till föremål och identitet som man ville förmedla i utställningen. Istället för att fokusera på formgivarna, tillverkarna eller produktionsprocessen var utställningen inriktad på konsumenten, det vill säga enskilda individers användning av de olika föremålen. Design gjordes därmed till ett medel för självpresentation och symbol för det medvetna valet, vilket kommer till uttryck i ett pressmeddelande om utställningen:

Design är inte bara form och funktion. Vare sig det gäller möbler, mode, textil, konstindustri eller industri-design – föremål är designade för att användas och de hjälper oss att forma vår identitet. Genom att välja vad vi omger oss med, visar vi också vem vi är.

Detta förhållningssätt till design illustrerades av en docka som klätts i en brokig blandning av gamla modekläder från Myrorna. Dockan representerade ett slags antimode eller ”trash-mode” som förekommer i urbana ungdomskulturer. Denna uppsättning second hand-kläder hade satts samman av stylisten Moa Li Lemhagen. Syftet var att visa att vi är våra egna designers varje gång vi tar på oss kläder.

Om man delar in föremålen efter användningsområde var den största kategorin möbler. Där fanns exklusiva sittmöbler såsom fåtöljerna ”Ambassad”, ”El Ray” och ”Rex”,

av den internationellt uppmärksammade formgivaren Mats Theselius. Dessa är idag högt värderade samlarobjekt och har snarare tillmätts ett konstnärligt än ett funktionellt värde. Kanske kan man tolka visningen av dessa fåtöljer som en kommentar, en blinkning, till utländsk design och i synnerhet italiensk som utmärkt sig för exklusivitet och konstnärlighet. Som en kontrast till dessa



Unisex outfit. En uppsättning second hand-kläder hade satts samman av stylisten Moa Li Lemhagen. Foto: Olof Wallgren, Riksutställningar.

exklusiva stolar i dyrbara material fanns också enklare stolar såsom den sparsmakade stolen ”Lite”, som formgivits av Mårten Claesson.¹⁵ Stolen som är gjord i ljust formpressat trä kan associeras till gammal svensk hantverkstradition. Stolens föregångare kan mycket väl vara den gamla svenska pinnstolen. Att möbler upptog en dryg tredjedel av utställningen kan kanske förklaras med den svenska fokuseringen på formgivning av boendet som ett medel att modernisera människor och ta steget in i välfärdssamhället (Löfgren 1992:23). Att fokus har legat på boendet har gått som en röd tråd genom utställningshistorien sedan 1917 års Hemitställning i Liljevalchs konsthall.

Det näst största användningsområdet var kategorin fritidsartiklar. Bland dessa fanns en tufft formgiven rygsäck med hårt skal, *Bolbee*, formgiven av Jonas Blanking. Rygsäcken presenterades i utställningskatalogen som ett attribut för den unga, rörliga storstadsmänniskan.

Datorn, kameran och CD-spelaren får ofta ta stryk när rygsäcken faller omkull. Men inte här. Det hårda skalet klarar smällen, också om du kör omkull på inliners. Konstruktionen ger ryggen bra avlastning. Checkas in som handbagage.

Rygsäcken har, enligt Svensk Form, blivit en försäljningsframgång utomlands. Som tidigare nämnts har Sverige sedan 1960-talet utmärkt sig genom sin ergonomiska design, vilket utställningen tar fasta på. Där fanns föremål som direkt vänder sig till funktionshindrade människor. Till dessa hör ett gult tyg med blindskrift av företaget Saldo, där olika svenska författare förklarar färgen gult för den som inte kan se. Men för den seende som inte kan blindskrift framstår tyget som otillgängligt och hemlighetsfullt. I denna lek med identiteter blir rollerna ombytta. Enligt Svensk Form skulle närvaron av den ergonomiska designen anknyta till svensk välfärdspolitik

som karaktäriseras av viljan till jämlikhet och demokrati.

I utställningskatalogen presenterades de utställda bruksföremålen som en del av en gemensam och samtida svensk kultur. Men samtidigt betonades att man ville ta avstånd från den traditionella bilden av svensk form som ljus, träfärgad, ren och avskalad. Istället ville man visa upp en brokig samling föremål som skulle ge en mer aktuell och mångsidig version av Sverige och svensk design än den gängse. I utställningskatalogen kunde man läsa:

Sverige är, precis som alla andra länder i världen, en mosaik av individer som lever tillsammans sida vid sida. Vårt mål är att visa flera bilder av svensk design – inte bara det funktionella, blonda och enkla som ofta är Sveriges signum.

Det var emellertid knappast någon etnisk mångfald som framträdde i utställningen utan snarare en mångfald av varor, färger och former. Man kan säga att föremålen till stora delar representerar den nyenkelhet som har präglat 1990-talets svenska formspråk, där rötterna till 1930-talets funktionalism (*Swedish Modern*) och 1950-talets *Scandinavian design* varit tydliga. Utställningen representerade ett modernt funktionalistiskt formspråk som karaktäriseras av rena linjer, ett lekfullt anslag och klara sofistikerade färger.

Men där fanns också exempel på föremål som med expressiva uttryck och frodiga former bröt mot det nyenkla och vackra stilidealet. Formgivargruppen *Uglycutes* föremål är ett exempel på detta brott mot det som anses vara den etablerade smaken. Dessa formgivare representerar ett kritiskt förhållningssätt till den rådande smakdominansen. De arbetar ofta med material som har låg status och gärna i kombination med ”högstatusinslag”. Ett av *Uglycutes* bidrag var en enkel stol, *Whitbread*, som var utrustad med samma sittkurva som Bruno Mathssons högt värde-



Whitbread-stolen av formgivargruppen *Uglycute*.
Foto: Olof Wallgren, Riksställningar.

rade 1930-talsmöbler, men som skruvats ihop av obearbetade spånplattor och där fogarna var synliga. Sitsen var av flätat nylonband vilket är ett enkelt och billigt material. Stolen representerar en formtradition som är rå, redovisande och sanningssägande. Om stolen är ihopskruvad så ska det synas. Där fanns också en hylla, *Box Shelf*, som är stapelbar för den trångbodde, och en gungstol, *Half-Rocking Chair*, i råa material, synliga skruvar och dalahästhärfärger, som formgivits av Anders Jakobsen. Men denna, av dem själva kallad "antidesign", som med sin anknytning till hemmasnickeri och det folkliga går stick i stäv mot konventionen, bidrog istället till att förstärka den sobra nyenkla moderna stil som i övrigt karaktäriserade utställningen. Endast den mycket designmedvetne kan förstå den kritiska udden.

Närvaron av föremål, som ifrågasätter det etablerade och som leker med hög- och lågstatusaspekter, stilar, färger och former, före-

föll snarast som en inlaga i en intern designdebatt som handlar om vad som kan definieras som god svensk form. Mycket talar för att utställningen vänder sig till en relativt homogen, ung, designmedveten och köpstark medelklass bosatt i Europas storstäder. Med sin urbana föremålsflora kan utställningen i lika hög grad länkas samman med staden som fenomen som med något specifikt svenskt. Ändå kopplar man i Orsa samman utställningen med det regionala, med Orsas kultur och historia men också med dess framtid. Om detta handlar nästa avsnitt.

Orsa och omvärlden

När vandringsutställningen *3D+ Swedish Design on Stage* nådde sitt första stopp i Sverige visades den i ett helt nytt sammanhang. Nu var det inte längre en europeisk storstad som var mottagare av utställningen utan en liten bygd i norra Dalarna med sina speciella bevekelsegrunder för att ta emot utställningen. När utställningen anlände till Orsa förde den med sig en air av europeiskhet, en närhet till Europa. Att Orsa skulle kopplas samman med Europa blev tydligt för besökarna redan vid entrén till Dalagatan 1. På ett stort plakat ovanför ingången hade den lokala arrangören i stora rubriker angett utställningens namn och vilka platser i omvänd ordning som utställningen besökt. I den lokala retoriken förbands Orsa, Dublin, Berlin och Bryssel med varandra och tillskrevs samma värde. Liknande kopplingar mellan Orsa och dessa tre europeiska huvudstäder fanns på alla affischer, pressmeddelanden och vernissagekort. Genom denna marknadsföringsmanöver framstod Orsa snarare som ett centrum än en plats i periferin.

Orsa presenterades inte som en plats i en nationell kontext utan istället som en del av ett större internationellt sammanhang. Orsas kommunalråd Ann Beskow förklarade för mig att hon var mycket engagerad i EU-frågor och själv hade ett EU-uppdrag inom regionkom-

mittén i Bryssel.¹⁶ Hon hade också medverkat till att Orsa nyligen har fått ett av EU:s totalt 200 informationskontor, så kallade Carrefourkontor, som är placerade runtomkring i Europa.¹⁷ Orsas Carrefourkontor skulle öppna inom några veckor på Dalagatan 1. I samband med öppnandet av kontoret skulle Orsaborna bjudas på fest med EU-tårta, tipspromenad och ballonger till barnen. Hon berättade vidare att Orsa sökt och beviljats många EU-bidrag för olika projekt, däribland renoveringen av den gamla sågbladsfabriken. Men hon underströk att engagemanget i EU liksom initiativet till förnyelse inom kommunen hade mött mycket motstånd.

Ett av de första projektbidragen som beviljats Orsa var ett ekonomiskt stöd till modernisering av tingssalen, där kommunfullmäktige sammanträder. En arkitekt hade kallats in och tillsammans med några träföretag i Orsa ett program med designade möbler utformats. Alla som var inblandade i förnyelsearbetet hade fått särskild undervisning i modern form, funktion och estetik. Det framstod som om detta arbete för bygdens överlevnad och utveckling samtidigt innebar såväl en lokal EU-mission som en anpassning till EU, både vad gäller identifiering, omprövning och utveckling av den lokala identiteten. Kommunalrådet antydde att reformarbetet hade kantats av många politiska diskussioner och strider kring EU och Orsas framtid och antydde lite triumfatoriskt att renoveringen av tingssalen tagit udden av den värsta kritiken.

Kommunalrådet och hennes medarbetare tycktes ha fört en envis kamp för att bryta en nedåtgående spiral, från arbetslöshet och hopplöshet till nyetablering av företag och framtidstro. Och i denna kamp fanns EU som välgörare och möjlighet. Men för att få EU-stöd krävs såväl kunskap som anpassning till EU:s stödsystem. Man måste helt enkelt veta vad för slags stöd som finns och hur man formulerar en ansökan. De förändringsbenägna i Orsa verkade vara väl insatta i EU:s

byråkratiska system och politiska strävanden. Ann Beskow underströk att design är en viktig del av kommunens näringslivsstrategi. Genom att visa en utställning med modern design som dessutom har kopplingar till Europa ville man inspirera olika aktörer inom det lokala näringslivet till nyinvesteringar och framtidstro. Därför bestämde man sig också för att i anslutning till den nationella designutställningen arrangera en egen lokal utställning med formgivning och konsthantverk.

Den lokala utställningen

I samband med vernissagen av utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* öppnade Orsa en egen utställning med formgivna bruksföremål. Denna, som kort och gott kallades "den lokala utställningen", visades i ett angränsande rum på Dalagatan 1. Den lokala utställningen kunde både uppfattas som en kommentar till och en komplettering av den stora nationella designutställningen. Den lokala utställningen var betydligt mindre än den nationella och inte alls så spektakulär och färgstark. Den omfattade 35 föremål som expanderades på vita podier i ett vitt utställningsrum. Helhetsintrycket var rent och sparsmakat. Denna utställning omfattade ungefär samma kategorier av föremål som den nationella. Majoriteten av föremålen var avsedda för hem- och fritidsliv. Formspråket var nyenkelt och funktionellt. Utställningen påminde mer om en traditionell musei- eller hembygdsutställning än om den nationella utställningens brokiga butiks- eller mässlika utseende. Föremålen var inte, som i *3D+ Swedish Design on Stage*, iscensatta med hjälp av en dramaturgi lånad från andra konstformer.

Utställningen materialiserade ett lokalt kulturarv. Alla föremål var nyproducerade, vare sig de var reproduktioner av gamla hantverksföremål eller nydesignade ljusa trämöbler. Gemensamt för samtliga föremål var att de hade lokal förankring. Den lokala förankringen kunde handla om att föremålen produ-

cerats av ett Orsaföretag, eller designats av någon med regional anknytning. Man hade också betonat materialens lokala förankring i form, färg och material. Några reproduktioner av äldre föremål som skulle påminna om ett historisk förflutet, till exempel ett halskläde och en huvudbonad till Orsadräkten liksom ett orv i granträ anspelade på det lokala kulturarvet. Men där fanns också exempel på sammansmältningar mellan ett lokalspecifikt kulturarv och nya produkter såsom kurbitsmotiv tryckta på nyproducerade toalettlock. Där fanns en sparkstötting som fått ett nydesignat tillägg i form av en praktisk barnstol i modernt formspråk, med dalahästfärger av designern Jonas Lindblom. Sparken knyter för övrigt an till den gamla sågbladsfabrikens produktion av sparkstöttingar, ”Orsasparken”, som producerades under 1940–70-talen. Nya stickade ulltröjor i modernt formsnitt som dekorerats med regionala ornament blandades med sparsmakade stolar och hylor i rena linjer av ljus formpressat trä.

I samband med invigningen hölls en lunch för specialinbjudna företagare. Under lunchen talade bland andra kommunala tjänstemän och inbjudna representanter för Svensk Form och Svensk Industridesign om formgivningens betydelse för att stärka näringslivet i regionen. Dessa tankar och strategier för att utveckla regionen överensstämmer på många sätt med Kulturrådets rapport om regional utveckling i landet. Orsa framstod som en region med både positiv självbild och en etablerad företagartradition. Därmed tycktes Orsa vara väl rustat att utnyttja de möjligheter som medlemskapet i EU innebär.

Nationella och europeiska hänsynstaganden
När Sveriges regering genom UD beslutade att producera en emblematiske designutställning för att förgylla det svenska ordförandeskapet i EU, var man sannolikt tvungen att ta hänsyn till två delvis skilda intresseområden. För det första skulle man värna om nationens

intressen, om svensk handel och export och om Sveriges image i omvärlden. För det andra skulle man i egenskap av ordförandeland också företräda EU:s intressen och därmed förhålla sig till unionens övergripande politiska visioner och strävanden. När det gäller det nationella perspektivet är det knappast förvånande att Sverige marknadsfördes med hjälp av samtida design. Svensk nationell identitet har under lång tid förknippats med modernitet, såväl inom som utom landets gränser. Därtill har svensk modern formgivning fått representera både svensk varuproduktion och den svenska nationella identiteten under större delen av 1900-talets utställningshistoria. Att utställningen skulle knyta an till en nationell självbild bekräftades av arrangörerna. Svensk Form förklarade att utställningen skulle bygga vidare på den gängse bilden av Sverige som ett modernt, sakligt, jämlikt och demokratiskt land. Föremålets sparsmakade form och bruksvänliga funktion visualiserade just dessa idéer.

Utställningen kan således kopplas till ett nationellt kulturarv och en nationell kulturarvspolitik. Men mer iögonenfallande var utställningens urbana karaktär. Det föreföll som om de utställda föremålen i huvudsak representerade ett urbant kulturarv som lika mycket knöt an till staden som fenomen som till något specifikt svenskt. Många menar att samtida svensk design i allt högre grad representerar ett internationellt urbant formspråk som kan förstås överallt i den moderna delen av världen. Mot denna bakgrund framstår valet av design som en kulturform som inte bara passar in i den nationella självbilden utan också i EU-administrationens önskan om en gemensam och enhetlig kultur i Europa. EU-administrationen beskriver gärna Europa som en kontinent som utmärks av en modern civilisation med en lång historia (Frykman 2001:89ff). Men föreställningen om det europeiska är kluven. Å ena sidan finns visionen om en gemensam transnatio-

nell kultur som bygger på ett enhetligt kulturarv med anknytning till finkultur och bildning. Å andra sidan framhålls en europeisk mångkultur där regionerna och deras befolkningar representerar det ursprungliga och traditionstroga.

Design för en enhetlig kultur

Sveriges satsning på design tycks i första hand kunna relateras till EU:s önskan om en gemensam och modern allmän-europeisk kultur som kan förena människor över nationsgränserna. Flera faktorer talar för detta.

För det första representerade utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* ett modernt kulturarv som saknar en omedelbar och specifik lokal förankring. Föremålen gav snarare uttryck för en samtida urban livsstil med hög materiell standard. Utställningen förmedlade visserligen en bild av Sverige och ett svenskt kulturarv men kunde likaväl representera en mer allmän-europeisk urban livsstil. Som sådan talar utställningen till besökarna i första hand som individer, inte som kollektiv. Detta tilltal kännetecknar för övrigt de flesta medier i vår tid (Lindqvist 2001:60ff). De utställda produkterna var individ- eller konsumentrelaterade, det vill säga de ska väljas, köpas och brukas av enskilda individer. Utställningens fokus på det individuella tycktes tona ner betydelsen av det specifikt nationella i förhållande till Europa.

För det andra kan man säga att den svenska form som manifesterades i utställningen representerar ett slags enhetligt stilideal som knappast är allmänt utbrett bland den svenska befolkningen. Det är ett nyenkelt stilideal som karaktäriseras av det rena, sparsmakade och funktionella. Där fanns inget som är pråligt, grått eller ornamenterat, annat än som medvetna subtila kommentarer till det som betraktas som det etablerade.

Man kan nog säga att utställningen, i likhet med tidigare utställningar, anknöt till den urbana medelklassens livsstil. I detta sociala

sammanhang representerar design begrepp som kvalitet, stil, smak och pengar. Kanske handlade manifestationen av den svenska formen om att visa upp en modern välfärd ur såväl ett individuellt, nationellt som europeiskt perspektiv.

För det tredje befinner sig samtida design på en global marknad, vilket i sin tur bidragit till en internationalisering och homogenisering av det svenska formspråket. Utvecklingen mot en allt mer enhetlig och likriktad form kan därmed delvis förklaras av att produktionen styrs av marknadsvillkor. Endast det som går att sälja kommer i produktion. Detta förklarar att många formgivare, till exempel Björn Dahlström, arbetar med ett internationellt formspråk. Den universella svenska samtida formen tycks därmed kunna appellera till människor över de europeiska nationsgränserna. Ur dessa perspektiv kan design ses som en möjlig byggsten i ett europeiskt kulturbygge.

Europeiseringen av Sverige

Aktiviteterna kring utställningen i Orsa anknöt däremot till den andra sidan av EU:s kulturpolitik, nämligen stödet till regionerna och till det lokala kulturarvet och ett retoriskt försvar av regional mångfald. Under Sverige-premiären av utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* i Orsa var Europa synnerligen närvarande, det regionala och det europeiska framställdes nästintill som två sidor av samma mynt. Under själva invigningsceremonien liksom på affischer, pressmeddelanden och informationsblad beskrevs Orsa som en del av ett större sammanhang, en europeisk gemenskap. Många forskare menar att det är i regionerna som Europabygget framträder som tydligast (Hansen & Salomonsson 2001). Det är också i regionerna som förhoppningen är störst om att gränserna mellan nationalstaterna ska upplösas. Men regionalismen skiljer sig åt mellan olika platser. Svensk regionalism är försiktig och lågmäld i jämförelse med de

upprorstendenser som finns i länder med traditioner av regional separatism eller autonomi. Det regionala kan lätt omvandlas till mikronationalism, vilket innebär att regionen identifieras som själva kärnan eller ursprunget till det nationella (Frykman 2001:88ff). Regionen framstår därmed som mer genuin och ursprunglig än nationen i sig.¹⁸

Kanske var det sådana mikronationalistiska tendenser som präglade aktiviteterna kring vernissagen i Orsa. Den lokala utställningens innehåll tyder på det. Denna utställning som producerats av Orsa kommun tycktes vara en genealogisk demonstration av de designade föremålets lokala ursprung. Ur det perspektivet framstod den moderna nationella formen som sprungen ur Orsas lokala kultur och historia. Sådana expressiva kulturarvsgenealogier förekommer enligt Frykman (2001:89) i många regioner som genom ett historiskt tillbakablickande vill profilera sin kulturella identitet, både i Sverige och övriga Europa.

Under senare år har EU i allt högre grad tagit initiativet till Europas regionalpolitik. Ofta handlar det om att EU, via strukturfondsmedel, stödjer orter som drabbats av industriell strukturomvandling och som aktivt försöker skapa sig en ny framtid. En del av strukturfondsstödet har gått till att stödja kulturarvsprojekt som ansetts ha såväl regional som europeisk betydelse. Ett sådant kulturarvsprojekt är moderniseringen av tingsalen och kanske i synnerhet renoveringen av den gamla sågbladsfabriken i Orsa. Dessa renoveringsprojekt handlar om att skapa modernitet i förhållande till lokal tradition och är därmed förenliga med EU:s ambition att tona ned det nationella till förmån för det regionala. Ur den synpunkten framträder hela evenemanget i Orsa som en manifestation av EU:s regionalpolitik, där såväl den regionala identiteten som tillväxten skapas i relation till Europa och ett europeiskt bidragssystem. Evenemanget i Orsa framstod på sätt och vis som en del av en omfattande EU-kampanj.

Den regionala förnyelsen och framtiden för Orsa tycktes mer förbunden med Bryssel än med Stockholm. Med modern design i förhållande till lokal tradition knöt Orsa an till ett gemensamt Europabygge.

Uppfostran av de nya Europamedborgarna Världsutställningarna har av flera forskare beskrivits som en slags upplysningsprojekt vars syfte var att skola in medborgarna i den nationella moderniteten. När utställningen *3D+ Swedish Design on Stage* turnerade i Europa var kontexten annorlunda. Sverige hade gått med i den europeiska unionen och var ordförande i ministerrådet. Sverige skulle därmed både representera det nationella och det europeiska. Men det hindrar inte att designutställningen också hade en upplysande roll. Världsutställningarna skulle medverka till att stärka en modern nationell medvetenhet hos befolkningen. Med den jämförelsen kanske utställningen kan ses som en inskolning i en modern europeisk kultur.

Cris Shore (2000:32ff) pekar på att konstruktionen av den europeiska unionen i allt högre grad börjar påminna om bygget av den moderna nationalstaten. Genom att etablera ett gemensamt regelverk för ekonomi och juridik (Maastrichtfördraget 1992) har ett embryo till en transnationell stat skapats. Ytterligare paralleller är till exempel satsningen på och kontrollen av utbildningsväsendet och införandet av klassiska nationella symboler såsom EU-flaggan och EU-hymnen. Men till skillnad från de flesta enskilda nationer saknar EU en gemensam kultur kring vilken européerna kan enas. I moderna samhällen är politisk lojalitet knuten till en gemensam kultur snarare än till ett kungahus, ett land eller en tro. I bygget av det nya Europa görs därför stora ansträngningar för att skapa Europamedborgare som bekänner sig till en gemensam kultur och ett gemensamt kulturarv. Ett dilemma är emellertid att nationellt kulturarv såsom språk, historia och

religion snarare tenderar att dela än att förena européer (Shore 2000:18).

Fenomenet design kan på sätt och vis ses som kulturarvets antites. Historieperspektivet är kort. Snarare än att blicka tillbaka är man fokuserad på samtid och framtid. Det handlar om ett fenomen i den moderna delen av världen. Ur detta perspektiv kan design framstå som en möjlig byggsten i ett gemensamt europeiskt kulturbygge som pekar mot framtiden. Ytterligare en parallell mellan konstruktionen av ett gemensamt Europa och bygget av nationalstaten är framväxten av en strategisk grupp intellektuella och administratörer, en ny professionell elit, som hämtades ur medelklassen och utvecklades till pionjärer för det nationella medvetandet. Dessa fungerar som en slags kulturella agenter i förhållande till den övriga europeiska befolkningen (Shore 2000:32ff). Det är i första hand denna samhällsgrupp som intresserar sig för design. Det är också den välutbildade urbana medelklassen som är den primära målgruppen för utställningen. Kanske får denna grupp en nyckelroll när det gäller utvecklingen av en gemensam och delad europeisk kultur och därmed inskolningen till en europeisk identitet, i såväl nationer som regioner.

Elisabeth Wengström, fil.kand.
Stockholm

Noter

- 1 Varmt tack till Barbro Klein och Barbro Blehr för goda råd och synpunkter på studiens uppläggning och teoretiska innehåll. Jag vill också rikta ett stort tack till alla personer som jag intervjuat och samtalat med inför denna studie. Samtliga har på ett eller annat sätt varit inblandade i produktionen och/eller visningen av utställningen *3D+ Swedish Design on Stage*. Till dessa hör Ann Beskow, socialdemokratiskt kommunalråd i Orsa, Ola Granholm och Rolf Davidsson vid Näringslivskontoret i Orsa, Kerstin Clasén-Franzon vid kulturförvaltningen i Orsa, Christina Hallman, generaldirektör vid Riksställningar, Mats Widbom, konstnärlig chef vid Riksställningar, Josefine Eriksson, projektledare vid Riksställningar, Anneli Strömberg, marknadschef vid Riksställningar, Johan Huldt VD för Svensk Form, Pernilla Åbrink, designskribent vid Svensk Form, Henrik Orrje, handläggare vid Svenska Institutet, Annika Levin, projektledare vid UD, Anna Granehult, projektassistent vid UD.

- 2 I EU:s första ramprogram för kultur (2000–2004) betonas att EU:s politik ska medverka till att ”framhäva det gemensamma kulturarvet” och ”att bevara och skydda det kulturarv som har europeisk betydelse” (Maastrichtfördraget, Artikel 128, jfr Salomonsson 2001:23).
- 3 Artikeln ingår i en studie som inleddes 2001 med stöd av Turistdelegationen, Estrid Ericsons stiftelse, Stiftelsen Lars Hiertas Minne och Mats Rehnbergs minnesfond. Studien bygger vidare på en undersökning som jag gjorde i Grekland och som handlar om hur grekiskt auktoriserade guider presenterar Aten för svenska turister under stadsrundurer i Aten (Wengström 1999). Både den föregående och nuvarande studien handlar om hur historia används för att värdera och gestalta den egna samtiden.
- 4 Ordförandeskapet växlar halvårsvis enligt ett rullande schema mellan medlemsländerna.
- 5 Dessa kultursatsningar, som omfattade flera konstområden såsom design, arkitektur, teater och film, fick samlingsnamnet ”Svensk kultur på turné”.
- 6 Jag vill understryka att denna studie inte är en utvärdering av utställningens genomslagskraft. Problemställningarna rör enbart utställningen och arrangemangen kring denna ur ett producentperspektiv. Vilka intentioner hade arrangörerna av utställningen på nationell respektive regional nivå? Och hur kan dessa intentioner relateras till EU:s kulturpolitiska ambitioner?
- 7 En klagörande redogörelse av begreppen design och formgivning ges i den statliga form- och designutredningens slutbetänkande, Statens insatser för form och design (SOU 1999:123).
- 8 I den här artikeln använder jag kulturbegreppet som det används i vardagligt språkbruk av mina informanter. I denna emiska mening överlappar ordet kultur delvis begreppet identitet. Glidningen mellan orden och begreppen uppstår då enskilda personer refererar till den ”egna” eller ”lokala” kulturen för att markera sin kulturella identitet. Detta innebär också att orden och begreppen ”lokal” och ”regional” ofta används synonymt. Jag gör inte

- heller en skarp avgränsning mellan "lokal" eller "regional". Viktigare är att de båda begreppen förstås som relationella. I relation till Dalarna, Sverige eller Europa får orden skiftande innebörder.
- 9 Det första ägde rum i Milano 1997.
 - 10 Designseminariet "Design säljer" arrangerades av kunskapsföretaget IBC Euroforum och ägde rum i Stockholm hösten 2001.
 - 11 Det finns paralleller mellan mina intryck av designutställningen och Fornäs beskrivning av det nya upplevelsecentrumet Heron City i Huddinge. Där är det rena shoppinginslaget högst begränsat, istället ska besökarna "lägga pengar på upplevelser och istället för varor få minnen med sig hem" (Fornäs 2001:366ff).
 - 12 De kategorier av design som representerades i utställningen är framför allt möbler men också textil, mode, belysning, konstindustri och industri-design.
 - 13 Några av kriterierna för Utmärkt Svensk Form är att föremålet ska vara formgivet av en i Sverige yrkesverksam designer och/eller vara tillverkad på uppdrag av en svensk producent. Därtill ska föremålet vara satt i produktion under det senaste året, vara serietillverkat och tillgängligt på marknaden. I juryarbetet tas hänsyn till produktens ändamål, funktion, ergonomi, materialkvalitet, miljöhänsyn och pris.
 - 14 Denna projektbeskrivning har formulerats av de båda producenterna Svensk Form och Riksutställningar och därefter godkänts av UD.
 - 15 Mårten Claesson ingår i den under det senaste decenniet hyllade designtrion Claesson/Koivisto/Rune.
 - 16 Regionkommittén i Bryssel är ett organ som ska bistå kommissionen och ministerrådet i frågor som har med regionerna att göra. Kommittén har 222 representanter varav tolv kommer från Sverige.
 - 17 Carrefour-kontor är EU-kommissionens kontor för att sprida kunskaper om EU till landsbygdens befolkning. Sverige har ca tio sådana informationskontor.
 - 18 Frykman (2001:94) exemplifierar bl.a. med det norska Vestlandet där "vikingatida och medeltida lämningar från landets kristnande fungerat som bevis för att man är mer äkta än i resten av Norge".
- Källor och litteratur**
- Castells, Manuel 1999: *Informationsåldern: Ekonomi, samhälle och kultur*. Band 1: *Nätverkssamhällets framväxt*. Göteborg: Daidalos.
- Dalademokraten* 13 oktober 2001.
- Ekström, Anders 1994: *Den utställda världen: Stockholmsutställningen 1897 och 1800-talets världsutställningar*. Stockholm: Nordiska museets förlag.
- Fornäs, Johan 2001: *Upplevelseproduktion i händelsernas centrum*. I: Karin Becker m.fl. (red.): *Passager: Medier och kultur i ett köpcentrum*. Nora: Nya Doxa.
- Frykman, Jonas 2001: *Motuvun och tingens poesi*. I: Kjell Hansen & Karin Salomonsson (red.): *Fönster mot Europa: Platser och identiteter*. Lund: Studentlitteratur.
- Giddens, Anthony & Pierson, Christopher 1998: *Conversations with Anthony Giddens: Making Sense of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Glabek, Ingeborg 1997: *Det Nordiske i Arkitektur og Design Sett Utenfra*. Oslo: Arkitektens Forlag og Norsk arkitekturforlag.
- Hansen, Kjell & Salomonsson, Karin (red.) 2001: *Fönster mot Europa: Platser och Identiteter*. Lund: Studentlitteratur.
- Klein, Barbro 1997: *Tillhörighet och utanförskap*. RIG nr 1–2 1997: 15–32.
- Lindqvist, Mats 2001: *Is i magen: Om ekonomins kolonisering av vardagen*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Löfgren Orvar 1992: *Den svenska rikssmaken och vardagens kreativitet*. I: Beate Sydhoff m.fl. (red.): *Folkkonsten: All tradition är förändring*. Stockholm: Kulturhuset.
- Löfgren, Orvar 2001: *Den nya ekonomin – en kulturhistoria*. *Kulturella Perspektiv* (3):2–13
- Rapport från Statens kulturråd 2001:1 *Schottis på Dalhall. Om staten och den lokala kulturen*.
- Ristilampi, Per-Markku 2001: *Ballonger och begivenheter*. *Kulturella perspektiv* (3): 34–39.
- Salomonsson, Karin 2001: *E-ekonomin och det kulinariska kulturarvet*. I: Kjell Hansen & Karin Salomonsson (red.): *Fönster mot Europa. Platser och identiteter*. Lund: Studentlitteratur.
- Shore, Cris 2000: *Building Europe: The Cultural Politics of European Integration*. London: Routledge.
- SOU 1999:23. *Form- och designutredningens delbetänkande. Mötesplats för form och design*.

- Utrikesdepartementets pressmeddelanden 2000-11-19, 2000-12-14.
- Wickman, Kerstin (red.) 1997: *Form genom tiderna: 100 år av designhistoria. En specialutgåva av tidskriften FORM.*
- Wengström, Elisabeth 1999: *Guided Tours in Athens: Swedish-Speaking Greek Guides Present their Country to Swedish Tourists. I: Åke Daun & Sören Jansson (red.): Europeans. Essays on Culture and Identity.* Lund: Nordic Academic Press.

SUMMARY

Swedish Design on Stage

How are people to be brought up to become good European citizens? With this question, the article begins a discussion of how a design exhibition was used during Sweden's presidency of the European Union in the first half of 2001, to market Swedish culture in Europe and to adapt Sweden to the vision of a shared European culture. The exhibition was produced on the initiative of the Swedish government and given the title *3D+ Swedish Design on Stage*. An explicit aim of the exhibition, which toured between Brussels, Berlin, and Dublin, was to show off Swedishness in Europe. A Swedish tour was then started in Orsa. The article, which is based on an examination of the objects in the exhibition, the scenography, and the arrangers' intentions, discusses how cultural identity was constructed at both nation and regional level. These identity constructions are related to the ambitions of

EU cultural policy, which span two conflicting tendencies: the ambition to highlight a European uniformity and the aim of supporting regional diversity. The content of the exhibition is above all linked to the vision of a uniform European culture and a shared cultural heritage. The activities around the exhibition in Orsa are instead in keeping with the other approach of EU cultural policy, to support regional diversity, whereby the regions and their inhabitants are allowed to represent genuineness and fidelity to tradition. The primary target group of the exhibition was the well-educated urban middle class. Perhaps this group acquires a key role when it comes to the development of a shared European identity, in nations and regions alike. On a general level, the exhibition is interpreted as a way of schooling people in a modern European culture.