



Riksantikvarieämbetet

# **Industrihistoriska kulturarv i regional utveckling – sociala och ekonomiska aspekter**

**Konferens för kunskapsutveckling  
och nätverksbyggnad**

**Rapport från Riksantikvarieämbetet 2007:4**



# **Industrihistoriska kulturarv i regional utveckling – sociala och ekonomiska aspekter**

**Konferens för kunskapsutveckling  
och nätverksbyggnad**

**Rapport från Riksantikvarieämbetet 2007:4**



Riksantikvarieämbetet

---

**Riksantikvarieämbetet**

Box 5405, 114 84 Stockholm

Tfn 08 5191 8000

Fax 08 5191 8083

[www.raa.se/bokhandel](http://www.raa.se/bokhandel)

[bocker@raa.se](mailto:bocker@raa.se)

Redaktörer: Torkel Molin & Martin Paju

Layout: Marianne Laimer Molin

© 2007 Riksantikvarieämbetet och författarna

ISSN 1651-1298

ISBN 978-91-7209-468-0

# Innehållsförteckning

<i>Dieter Müller &amp; Richard Petterson</i> Förord	6
<i>Maria Stolterman</i> Vår mest värdefulla tillgång är vår historia	7
<i>Karin Fällman</i> Gold of Lapland – en turistdestination	9
<i>Dieter Müller</i> Destinationer och kulturarv	11
<i>Urban Skoglund</i> Kulturarvet som underhållning	15
<i>Torkel Molin</i> Att varugöra ett kulturarv	18
<i>Krister Olsson</i> Utmaningar i arbetet med platsmarknadsföring: kulturmiljön i den postindustriella samhällsutvecklingen	23
<i>Karin Eriksson</i> Olofsfors bruk – samarbete mellan kulturmiljö, hantverk, kulturaktiviteter, boende, restaurang och konferens	27
<i>Sussana Heldt Cassel</i> Regional profilering och varumärkesbyggande – motiv och strategier i landsbygdsregioner	30
<i>Björn Halling</i> Evenemangsutveckling på Norrbyskärr	34
<i>Kerstin Smeds</i> Försvinnandets kultur och mumifiering av en värld – om tidsångest och bevarandestrategier	36
<i>Författarna</i>	46

# Förord

**Dieter K. Müller**  
**Richard Pettersson**

Samhällen har i alla tiden förändrats, betingat av förändringar i omvärlden men också hemmavid. Detta ”förändringstryck” upplevs inte sällan öka med det moderna samhällets framväxt. Vid slutet av 1900-talet medför strukturförändringar inom teknik, transport och handel att den så kallade globaliseringen etableras som socialt, ekonomiskt och kulturellt tillstånd. Detta förorsakar såväl problem som möjligheter och skapar behov som kräver nya idéer och lösningar.

Globaliseringen handlar i hög grad om att riva ned gränser; gränser för kapital, varor, tjänster och idéer. I förlängningen påverkar detta även boendemönster och turism. Snabba kommunikationer och inte minst internet förändrar relationen mellan tid och rum, vilket gör det möjligt att ta del av kulturella uttryck som tidigare var förbehållna en lokalbefolkning eller en resande överklass. Gränsernas minskade betydelse innebär också en ökad konkurrens om arbete och människor, vilket utmanar tidigare självklara handels- och arbetsavtal inom nationalstaten. Även om sistnämnda avtal fortfarande består anses numera nationella lösningar sällan vara lämpliga för att hantera problembilder som kopplar till miljö, ekonomi och sociala förhållanden. Överstatliga, men också lokala och regionala lösningar, förespråkas i stället som en väg för att bemöta dagens och framtidens utmaningar.

Dessa processer har inte bara utmanat idéerna om den suveräna nationalstatens ekonomiskt exklusiva rättigheter; till bilden hör också föreställningen om nationalstatens artegna kultur – en nationalmuseernas genre som har odlats under cirka 150 års tid. Med globaliseringens fokus på regionerna (inte minst betingat av de specifikt regionala bidragsformerna) flyttas nu de kulturella demarkationslinjerna från den nationalstatliga arenan antingen ner mot det lokala eller utåt mot det bredare västerländska. Detta medför i sin tur att nya kategorier av förespeglade kulturarv identifieras vid sidan av de redan etablerade. Bevarandeargument som tidigare förankrades i att spegla ”svenskt odlingsarv” kan nu hellre motiveras med regionala, lokala, eller globala hänvisningar. Ett bevarat industriminne i Västerbotten har visserligen en lokal och regional förankring, samtidigt som artefakterna inte sällan företräder en standardiserad, icke specifikt nationell, teknik och näringsform.

Ökande antal kulturarvsobjekt kräver i sin tur nya former att underhålla och finansiera. Den stora frågan om vad som är värt att bevara ackompanjeras av nya spörsmål: Vilken roll spelar numera de antikvariska

aktörer som tidigare hade ansvar för det gemensamma arvet, i en tid av ökad konkurrens och minskande ekonomiska resurser? Är kommersiella lösningar måhända framtidens musik när det gäller skapandet av hållbarhet för kulturarvet? Krävs det nya partnerskap mellan bevarare och brukare?

Omformulerade gränssättningar tvingar fram nya legeringar av tidigare åtskilda uppfattningar om å ena sidan ett ideellt bevarande av kulturarv och å andra sidan en blind marknadsstyrd kommersialisering. Detta innebär inte bara en utmaning för de antikvariska myndigheterna utan också för vetenskapen som liksom den statliga sektorn i hög grad har vilat på vertikala sektorsindelningar. Vi ser redan nu nya aktörer på en bevarandearena som bara för ett par decennier sedan närmast exklusivt var förbehållna den antikvariska expertisen.

Konferensen *Industrihistoriska kulturarv i regional utveckling* hölls i Umeå den 15–16 februari 2007 och handlade i ljuset av det nu sagda om att bidra till kunskapsutvecklingen mellan humaniora och samhällsvetenskap, mellan ett resonerande och ett mätande angreppssätt. Tillika handlade konferensen också om att övervinna barriärer mellan akademi och det tillämpade kulturarvsarbete som i dag även omfattar entreprenörer och andra kommersiella intressen. Intressanta anföranden och inlägg skapade nya möten mellan teori och praktik som ruskade om och utmanade. Sällan har väl den ständiga frågan om för *vem* och *varför* vi bevarar känts mer angelägen!

Föreliggande konferensrapport är avsedd att sprida det berikande mötet mellan akademiska och tillämpade perspektiv med utgångspunkt i spänningsfältet mellan kommersiella och icke-kommersiella perspektiv på kulturarv. Konferenser leder förvisso sällan till konkreta lösningar, men förhoppningsvis ger de nya uppslag för forskning och praktiskt arbete.

Följande organisationer var delaktiga i konferensförberedelserna:

*Arbetslivsinstitutet,*

Från Umeå universitet,

*CERUM,*

*Institutionen för kultur och medier,*

samt *Kulturgeografiska institutionen,*

*Västerbottens museum,*

*Skellefteå museum.*

# Vår mest värdefulla tillgång är vår historia

**Maria Stolterman**

Vår mest värdefulla tillgång är vår historia. Är vi inte förankrade i vår historia och därmed i oss själva står vi ganska ostadigt. Utan rötter växer trädet med vinglig stam och kronan slokar. Utan ankare guppar vi omkring lite lojt och risken finns att vi följer med minsta vindpust in i närmsta vik där det ser lite trevligt ut. Eller hamnar på öppna havet utan kompass.

Det här vet ju ni. Många av er har gjort till ert livsverk att bevara historia, historier. Det som är nytt är att näringslivet också börjar förstå det här. Inom marknadsföring finns numera ett begrepp för detta, *storytelling*, eller *corporate storytelling* om man ska vara strikt. Bäst översätts det kanske med levande berättelser. Med hjälp av storytelling, levande berättelser, gör man verksamheten synlig och ger den själ och karaktär, och på så sätt stärker man sitt företags varumärke. Jag har märkt att de företag (organisationer, projekt) som väljer det här sättet att marknadsföra sig har god självkänsla och är kreativa. Det krävs mod för att göra sig synlig i sin egen förankring, att stå för den, att vara ärlig mot sig själv och omvärlden. Och det krävs kreativitet för att våga öppna sig för något nytt, i det här fallet något så uråldrigt som att berätta en historia.

I USA är man jätteduktig på det här. Ett företag inne på tredje generationen är något oerhört värdefullt. Landet som sådant har en så kort historia så det lilla som finns blir mycket viktigt. I Indiana i USA finns en liten stad, Bloomington, inte större än Umeå. Åker man 1,5 timme genom ett böljande landskap kommer man till den gamla kurorten French Lick med 2000 invånare. År 1901 brann det i French Lick. Området hade sen slutet av 1700-talet levt av sina mineralrika hälsobringande källor och det var den sofistikerade resorten med ett gigantiskt hotell, eget operahus, casino, vandringsleder och mycket mer som i juni 1901 brann ned på mindre än två timmar. Men ägaren omvandlade denna tragedi till en dröm som han haft, att bygga världens åttonde underverk. West Baden Springs Resort som nu byggdes på 227 dagar överträffade det gamla hotellet med råge. Mest berömt är ett atrium, 70 meter i diameter, med fåglar som flög mellan palmerna under glaskupolen. Här komponerade Irving Berlin några av sina örhängen och här spädde Al Capone på sin kassa i casinot. Men när den amerikanska börsen kraschade 1929 försvann gästerna över en natt. År 1932 såldes hotellet till jesuiterna för en dollar och hotellet fungerade som college till 1966. Under jesuittiden plockades elegansen bort, dels för att det inte passade sig, dels för att finansiera under-

hållet av byggnaden. Och sakta men säkert höll nu hela detta gigantiska byggnadsminne med domen i mitten på att kollapsa.

I slutet av 80-talet listades West Baden som nationellt historiskt minnesmärke trots att det var så förfallet att det var tillträde förbjudet. Indianas Historic Landmark Foundation lyckades få Bloomingtons starke finansiar Bill Cook, the Cook Group, att ta sig an denna spillra av en svunnen storhetstid, och i dag är West Baden Spring Resort restaurerat för 35 miljoner dollar. Glaskupol, mosaikgolv, kollapsade torn, allt är återställt till sin forna elegans. Här kan man bo, äta en gourmémiddag eller gå på en guidad tur. Och om hörnet ligger återigen ett casino, och tanken är att det är casinot som ska säkra ekonomin för området.

Det här är ett exempel på hur man kan använda sig av sin historia för framtiden. Eftersom man i French Lick visste vad man ville, nämligen återskapa, bestod själva kreativiteten här i att hitta en finansiar som också ville sörja för att det blev gjort på rätt sätt. För hotellet som nu i juli officiellt invigs är spektakulärt i sig, men det stora värdet är dess historia och miljö. De mineralrika källorna lades någon gång under årens lopp igen, men de finns kvar under jorden, och nästa projekt är att få dem brukbara.

Ja, nu kan man ju säga att det här är väl enkelt när man har tillgång till någon med så obegränsade ekonomiska resurser att han eller hon kan kosta på sig att vara generös på många olika nivåer. Jo, visserligen, men det är sällan någon kan vara så generös att han eller hon bara kan ge, någonstans måste alla också ha ett inflöde, det måste vara balans i budgeten.

Och det finns goda exempel utan den förmögne välgöraren. Också i en miljö som ligger närmare oss vad det gäller natur och dess tillgångar. Den lilla staden Leavenworth med 25 000 innevånare nordöst om Seattle i Washington är en stad inne på sitt tredje liv. En gång var det en slamrande gruvstad insprängd i de skogrika Kaskadbergen som följer USA:s norra västkust. När kopparn tog slut hade Leavenworth precis etablerat sig som en viktig järnvägsknut, man behövde ju forsla bort malmen. Men sen byggdes motorvägarna, timret flötades inte längre på Wenatchee River och Leavenworth behövdes inte längre. Nu var det inte kul. Leavenworth ligger oerhört vackert med höga spetsiga bergstoppar runt om, forsande vatten och mycket mer sol än på västsidan av Kaskadbergen som skiljer Stilla havet och västra Washington från östra. Men det ligger isolerat, ingen

har vägarna förbi. Nu satte sig Leavenworthborna ned och funderade tillsammans, de var helt enkelt tvungna att bli kreativa: Vilka är våra tillgångar? Vad har vi för resurser?

Och man tittade sig omkring och upptäckte, att här ser det ju ut som i europiska alperna! Och på 60-talet tog man ett medvetet beslut att satsa på turism, och den nisch man valde var att utveckla sig till en bayersk stad! Man lärde sig allt som fanns att lära om den bayerska kulturen och antog en helt ny stadsplan. Man rev och man byggde nytt. Med ett helt nytt öga. Och stort mod, även om det säkert höjdes månet ögonbryn i åsikten att detta var dumdrigt. Och resultatet är fullständigt osannolikt. Denna lilla stad är mer Tyrolen än Tyrolen själv!

Det är vitrappt och timrat och prunkande blommor i blomlådorna och servitriser med dirndl och hovmästare i lederhosen och blåckblåsorkester i parken och mackar med bensinpriset i gotisk sirlig text. Funkar det då? Ja, det gör det! Européer är tilltalade av detta, man har många tysktalande turister, även inflyttade, det finns numera till och med en tyskspråkig tidning, The Pazifische Rundschau. Och amerikaner, som är skolade i Disneys designtankar och som ofta aldrig varit utanför USA, tror jag inte tycker att det är särskilt konstigt. Och dirndl-servitrisen hämtas efter jobbet av en helt vanlig amerikansk grabb med boots och gammal Chevrolet. Men nog är det märkligt för ett västerbottniskt öga.

Vad Leavenworthborna gjorde var att inte klamra sig fast, att släppa. Och göra sig tillgängliga för en oväntad idé. Mod eller dumdrigtighet? Det vet man aldrig förrän efteråt.

Jag vill sluta där jag började, i berättelsen. Vad ni alla har pratat om de här dagarna är berättelser fast ni använder inte det ordet. Någon har gjort det men det är förvånansvärt få med tanke på vad ni gör. Byggnadsminnen, kulturminnen, kulturarv, världsarv. Minne, arv = berättelser. Men berättar ni historierna? Eller ställer ni fram föremålet, huset, bygden för betraktaren att gissa sig fram till vad ni vill berätta? Vilka skidor stannar ni till vid på Skidmuseet? Förutom Ingemar Stenmarks gissar jag att det är några ni har känslomässig förankring till? Hur berömt skulle ett smått vanskött grågrönt hus i Hjoggböle vara om vi inte visste att PO Enqvist bott där? Om vi inte läst hans historier? Och OM ni berättar, KAN ni berätta?

En god berättelse har den fantastiska egenskapen att den bär på liv! Den kan ge liv åt vilken produkt eller tjänst som helst, därför att den skapar bilder och känslor. Den berör. Inom marknadsföring och psykologi pratar man om sändare och mottagare. Den som vill förmedla ett budskap är sändaren, den som ska ta emot är mottagare. När en berättelse berör betyder det att den träffar hjärtat och magen på mottagaren, och då är mottagaren vidöppen för dig som sänder. Plötsligt har du en kontakt som aldrig uppkommer med faktamässig information. Därför att du kommunicerar med känslor. Du har skapat en relation till den du vill nå med ditt budskap.

Vi uppnår också en annan effekt. En berättelse, väl berättad skapar bilder. Och bilder minns vi på ett helt annat sätt än fakta. Därför har berättelsen också den stora fördelen att vi inte behöver anstränga oss för att hålla kvar budskapet. Siffror och diagram och power points sköljs över oss i alla typer av sammanhang och vi försöker vara duktiga och komma ihåg åtminstone det vi för skams skull borde komma ihåg. Oftast är det borta innan vi ställs inför nästa power point, till förvillelse lik den föregående. En god berättelse landar i oss utan att vi anstränger oss det minsta. Vi tar bara emot. Och den ligger kvar där den landade därför att den nått oss på känslonivå. Det är dessutom så att vi inte bara minns den, vi för den också vidare, därför att den väckt någonting i oss som bubblar och sjuder och måste få komma ut! Och plötsligt är vi budbärare för den som ursprungligen sänt budskapet, som på så sätt når långt utanför sin egen radie! Om vi ska prata affärsspråk, kan man säga att en investering i att på ett eller annat sätt berätta sin historia är oerhört kostnadseffektivt!

Och berättelser tar ingen plats och samlar inte damm eftersom de ständigt förändras!



# Gold of Lapland - en turistdestination

**Karin Fällman**

Karin Fällman talade om Destination Guldriket eller med dess allt mer använda benämning Gold of Lapland. Hon gjorde en historisk tillbakablick och berättade om Guldrikets sju ursprungliga besöksmål: Sagabiografen i Adak, Underjordskyrkan i Kristineberg, Malå Geomuseum i Malå, Bergrum Boliden i Boliden, Världens längsta linbana i Mensträsk/Örträsk, Vildmarksgruvan i Varuträsk (förutvarande Varuträsk mineralpark) och Forum Museum Rönnskär. Det var dessa besöksmål med gruvhistoriskt innehåll som tillsammans en gång bildade Guldriket. Allteftersom har Guldriket vidgats och släppt in fler företag med intressen i besöksnäringen och på sista tiden har antalet medverkande företag ökat markant. Det betyder dock inte att Guldriket släppt sin industrihistoriska profil, snarare har man intagit den ståndpunkten att för att besöksnäringen i området ska få en gynnsam utveckling krävs ett större lag- och samarbete. Gold of Lapland vill därför vara denna samarbetsplattform.

Vi väljer att nödtorftigt spegla Fällmans inlägg genom att publicera några av hennes PowerPoint-bilder.

För mer information om Guldriket/Gold of Lapland se <http://www.guldriket.com/>



## Mål och syfte

- Att synliggöra och tillgängliggöra, de kulturhistoriska värden som ligger latent i den nedlagda gamla gruvverksamheten, både den fysiska miljön och de livsbetingelser som den representerar.
- Att skapa en plattform för en långsiktig bärkraftig turistnäring inom Guldriket, vilket innebär att varje besöksmål skall vara självfinansierat eller företagsekonomiskt lönsamt efter projektperioden.
- Att koncentrera arbetet på marknadsföring/försäljning och skapa långsiktiga affärsrelationer med på marknaden befintliga aktörer.

## 2003-01-01 - 2007-03-01

Satsade medel	
EU	3 875 000 SEK
Kommunerna	2 800 000 SEK
Västerbottens läns landsting	1 500 000 SEK
Länsstyrelsen i Västerbottens län	2 012 195 SEK
<b>Totalt</b>	<b>10 187 195 SEK</b>

## Aktiviteter

- Produktutveckling - besöksmålen
- Forskning och dokumentation
- Marknadsföring/profilering
- Entré Guldriket
- Produktutveckling/försäljning
- Plattform för framtiden
- Lokala arrangemang

## Produktutveckling - besöksmålen

	2001	2002	2003	2004	2005	
Sagabiografen	29140	198326	0	0	24350	251 816
Geomuseum	116261	431710	0	0	0	547 971
Underjordskyrkan	58317	1305714	0	49976	168574	1 582 581
Världens längsta linbana	360186	550302	212500	700000		1 822 988
Vargbäcken		50000	0	0		50 000
Varuträsk mineralpark		500424	233499	198219	280025	1 212 167
Boliden Bergrum		153483	0	80000		233 483
Rönnskär		255000	0	12000	34400	301 400
Bygdsiljum		22000	0	0		22 000
Geomuseum		165000	0			165 000
						<b>SUMMA 9 014 406</b>

## Profil

För att vara föränderliga och förunderliga behöver Guldriket

- Ha ett utbud med variation som är nalta mer, där man kan bo, äta och köpa med sig saker hem
- Erbjuder upplevelser baserade på vår skimrande kultur, miljö och historia med gruvorna, berättandet och personligheterna i centrum
- Vara lättåtkomligt - det skall vara enkelt för gästen att få information, boka, komma till och uppleva
- Vara samspelt. Guldriket är en destination där aktörerna har kunskap om, stöttar och säljer in varandra

Guldrickets strategiplan

VISION - En gemensam destination i samverkan

Lyckesele Malå Näringslivet Norsjö Skellefteå

Gold of Lapland ek för



**MARKNADEN**

- Samordnad turistbyråverksamhet
- Intressantare produktutbud
- Effektivare marknadsföring – ett varumärke
- Effektivare administration

**Kraftsamling!**

# Destinationer och kulturarv

**Dieter Müller**

## Destinationer

Begreppet *destination* kan anses vara centralt inom turismforskningen. Trots detta saknas gemensamma definitioner. Begreppet används i stället med olika innebörd och betydelse (Framke, 2002). Destinationer begrips dels som rumsliga fenomen som innehåller utbud av tjänster och attraktioner, dels förstås destinationer som platser utan klara gränser som skapas genom ständigt pågående och föränderliga sociala interaktioner mellan olika aktörer inom turism. I synnerhet den första mer näringslivsorienterade ansatsen bejakar destinationen som en viktig kategori för att förstå varför turister attraheras av just vissa platser.

En definition av destination baserad på efterfrågan måste alltid bli tveksam eftersom föreställningarna om vart och varför man reser kan antas variera mellan enskilda individer. Detta innebär att destinationer huvudsakligen måste ses som organisatoriska konstruktioner som baseras på det turistiska utbudet i en geografiskt avgränsad region som manifesteras genom samarbete mellan olika privata och offentliga aktörer inom regionen men också med aktörer utanför destinationen. Destinationer bildas här ofta genom samarbete mellan olika offentliga institutioner – i de flesta fall kommuner – med huvudsyftet att utveckla det lokala näringslivet genom turism.

Ett gemensamt karaktärsdrag för de flesta försöken att definiera destinationer är att de inte inbegriper lokalbefolkningen. Är destinationer bara platser för turister? Det näringslivsorienterade perspektivet tycks tendera till att utelämna lokalsamhället. Inte alla författare utesluter dock lokalbefolkningen i definitionerna. Davidson och Maitland (1997) definierar destinationer som tydligt avgränsade regioner som delar ett antal gemensamma karaktärsdrag:

- En komplex turismprodukt som bygger på ett antal resurser, produkter och tjänster.
- Andra ekonomiska och sociala aktiviteter som kompletterar eller strider mot turismens olika delar.
- Ett mottagningsområde.
- Offentliga aktörer med ansvar för förvaltning och planering, samt
- En aktiv privat sektor.

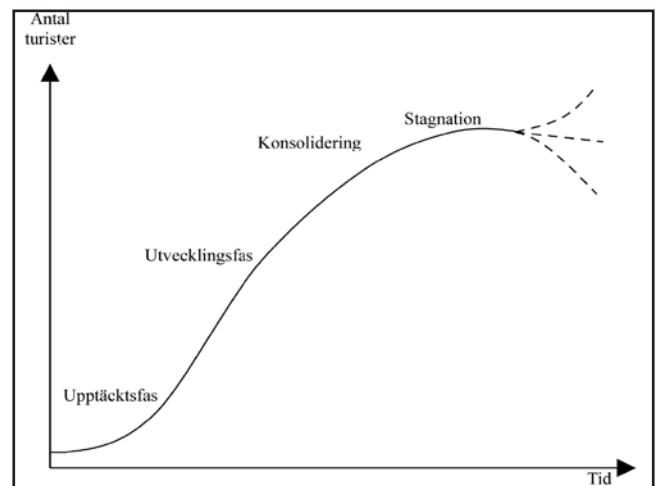
Att integrera andra dimensioner än de ekonomiska i destinationsutveckling är därför en viktig uppgift och

denna insikt leder till att destinationer behöver planeras. Detta är utgångspunkten här. Texten syftar till att belysa destinationsplanering med hänsyn till kulturarv.

## Planering för destinationsutveckling

Strävan att attrahera människor till en region manifesteras i marknadsföring och i allt större utsträckning i riktade insatser för att utveckla ett resmål. Målsättningen för denna process som vanligtvis betecknas som destinationsutveckling är ofta en kvantitativ ökning av besökstalen men också en kvalitativ förbättring av produkten.

Idealtypen för destinationsutvecklingen har formulerats av Butler (1980) som presenterade en modell för den så kallade Tourist Area Life Cycle (TALC). I modellen beskrivs utvecklingen av turism i ett hypotetiskt resmål från upptäckten till en kritisk fas där nedgång hotar om inte motåtgärder tillgrips (figur 1).



Figur1: Butlers destinationslivscykel.

Upptäcktsfasen kännetecknas av att enskilda personer, ofta artister eller andra medlemmar av avantgarden, besöker ett resmål. Deras gärningar och önskan i andra grupper att efterlikna denna elit förorsakar nya besöksströmmar men också framväxten av en infrastruktur som kan ta emot det ökande antalet turister. Denna utveckling som ibland också omfattar inflyttning av arbetskraft och pensionärer stabiliserar destinationen men leder också till kris. Krisen uppstår genom konkurrens

från platser med liknande utbud, billigare priser eller bättre tillgänglighet. Den kan också förorsakas av att destinationens sociokulturella eller ekologiska bärformåga har uppnåtts. Detta innebär att turismens negativa effekter uppenbarligen överskrider dess nytta eller åtminstone förnimms som besvärande. Krisen måste hanteras. Butler erbjuder olika scenarier. Produktförnyelse anses ofta som ett sätt att påbörja en ny utvecklingscykel. Om inga åtgärder tillgrips är nedgången av destinationen ofta oundviklig. Frågan hur destinationer ska utvecklas är kontroversiell och politiskt laddad. I litteraturen nämns normalt åtminstone fem olika sätt att planera för destinationer (Hall, 2000). Dessa idealtyper existerar sällan i renodlad form inte minst för att de också utmanas och diskuteras lokalt av företrädare med olika perspektiv på destinationsutveckling:

”Boosterism”: Utgångspunkten här är att turismutveckling alltid är positiv och önskvärd. Följaktligen utgörs planeringsproblemet av att maximera turismens tillväxt. Företag är mest lämpade att lösa detta problem. Strategier för att uppnå detta omfattar därför huvudsakligen marknadsföring och utbyggnad av kapacitet och attraktionskraft. Valet av åtgärder för att utveckla turism bedöms utifrån företagsekonomiska kriterier.

Ekonomisk planering: Här betraktas turism som en industri bland andra som kan utvecklas för att åstadkomma regional utveckling. Turism är med andra ord inte den enda framkomliga vägen till utveckling. Därför värderas turismens för- och nackdelar med hänsyn till andra industrier med potential att skapa sysselsättning. Detta görs till exempel med cost/benefit-analyser som hjälper till att utreda om turismutveckling är den bästa optionen att utveckla regionen. Analyser kan också avse dimensioneringen av turismutveckling. Planering bedrivs med andra ord huvudsakligen av den offentliga sektorn som fullföljer samhällsekonomiska mål.

Fysisk planering: Denna syftar till att optimera resursförbrukningen och utveckla turism på ett sätt som påverkar miljön på minsta möjliga vis. Turism behöver i detta sammanhang dimensioneras och styras på ett sådant sätt att effekterna minimeras. Miljökonsekvensanalys är ett lämpligt verktyg för att åstadkomma detta mål. Den praktiska omsättningen innebär till exempel att turistområden zonerar och att nya rekreativmöjligheter skapas för att sprida turister eller för att koncentrera dem till mindre känsliga områden. Inom ramen för denna typ av planering är planeraren experten som förfogar över kunskap att optimera turism i relation till andra samhällsintressen och behov.

Samhällsplanering: Här förstås turism som en företeelse som påverkar människor i mottagningssamhällen. Därför behöver de ges möjlighet att delta i planeringen av turismutveckling i närområdet. Det centrala problemet för planeraren är att förmedla mellan de olika aktörerna och förhandla så att en lösning kan åstadkommas som motsvarar lokalbefolkningens förväntningar. Planeringen är med andra ord partcipatorisk och utgår ifrån att destinationen huvudsakligen är lokalbefolkningens

vardagliga rum. Turismutveckling bör därför innebära endast acceptabla och önskade effekter på lokalsamhället. Planerarens kompetens består inte minst i att förfoga över tekniker som synliggör olika intressen.

Hållbar utveckling: Här finns ett tydligt fokus på turism som politiskt fenomen. Detta blir oundvikligt om sociokulturella, ekonomiska och miljömässiga aspekter ska integreras. Helhetsperspektivet innebär också att turism förstås som system som integrerar, vid sidan om destinationen också turisternas hemorter, transportkorridorer och länknings till det omgivande samhället. Planeringen blir på så sätt ett argument för utveckling och en process som ständigt behöver omförhandlas. Destinationsutveckling handlar utifrån det här perspektivet därför om en mer omfattande samhällsutveckling som avser att integrera alla intressenter och aspekter.

Den gängse retoriken, åtminstone i det svenska samhället, framhäver ambitionen att uppnå en situation där den sistnämnda planeringsansatsen dominerar. Det kan dock ifrågasättas huruvida denna ambition är realistisk eller överhuvudtaget någonting som destinationer försöker att uppnå. Här kan det till exempel påpekas att många kommuner i Sverige försöker att bolagisera och privatisera turismadministration och -utveckling (Müller, 2006). Detta innebär att man de facto överger möjligheten att påverka situationen inom det offentliga rummet trots att detta ofta sker under förespegligen av ett partnerskap mellan privat och offentlig sektor.

Förändring kan ses som en övergång till boosterism-betonade ansatser där turism just inte ses som en integrerad del av samhällsutvecklingen utan som ett separat fält som bäst sköts om av privata aktörer. Denna kommersialisering kan innebära att ideella aktörer som till exempel förvaltar kulturarv kan hamna i trångmål, eftersom de inte kan delta på samma villkor i allt professionellare sammanhang (Müller, 2006). Förändringen bäddar också för konflikter med sektorsmyndigheter som Riksantikvarieämbetet och Naturvårdsverket. Bolagiseringen av turism och företagsekonomiska lösningar på lokal nivå möts inte upp på samma vis på nationell nivå. Sektorsmyndigheter har möjlighet att störa den mardadslösning som favoriseras i många destinationer.

## Partnerskap

Ett problem i sammanband med planeringen är den offentliga ekonomins kris som innebär att satsningar inom turism i allt större utsträckning förutsätter ett samarbete mellan privata och offentliga aktörer. Dessa så kallade partnerskap är dock inte oproblematiska. Westholm (1999, s.153) listar följande problem:

- Partnerskap är ofta exklusiva och saknar ansvariga och legitima representanter för lokalsamhället.
- Partnerskap är konservativa och ofta inte speciellt handlingskraftiga eftersom de strävar efter samstämmighet och inte klarar att hantera konflikter.

- Partnerskap följer de facto privatisering.
- Partnerskap har ofta inga tydliga regler när det gäller ansvar och makt.

Förändringen från offentlig styrning till partnerskap är också ett resultat av Sveriges medlemskap i den Europeiska unionen. EU-finansiering inom ramen för strukturfonderna i norra Sverige, LEADER-programmen som syftar till landsbygdsutveckling och INTERREG-programmen som avser gränsöverskridande samarbeten, bygger i stor utsträckning på just samarbeten mellan den offentliga och den privata sektorn. EU-finansiering ges också i första hand till projekt som syftar till att förändra existerande strukturer men inte för att finansiera redan pågående verksamhet. Detta har i många fall lett till ett stort antal projekt som inte har förorsakat varaktiga förändringar. En annan kritik som kan riktas mot denna projektkultur är att den i sig själv är kortsiktig. Projektens tillkomst lokalt motiveras därför inte nödvändigtvis av upplevda behov för förändring eller förbättring utan i stället av möjligheten att få finansiering inom ramen för ett av EU-programmen. Med andra ord kan det argumenteras att projektverksamheterna är utbudsstyrda. Programmets agenda, inte lokala brister och behov, styr åtgärderna.

Ett exempel för hur planering kan misslyckas har nyligen beskrivits av Müller (2006). I en studie av turismutveckling med anknytning till litterära kulturarv har det avslöjats en del konkreta problem för situationen i Sunne, Värmland. Där utgör platser kopplade till Selma Lagerlöf och hennes författarskap viktiga ingredienser i kommunens turismutbud. Den lokala turismverksamheten är bolagiserad men ägdes vid undersökningstillfället helt av kommunen. Det lokala näringslivet förväntades förvärva bolaget men detta hade inte förverkligats. Ett skäl för detta kan vara att näringslivsföreträdare redan hade majoritet i bolagets styrelse. Ett viktigt incitament för köp hade därmed tagits bort. De näringslivsföreträdare som hade intressen i bolaget representerade olika naturturismföretag medan de kommunala företrädarna huvudsakligen representerade den kommunala skidåläggningen. Det litterära kulturarvet var däremot inte representerat i bolaget, delvis för att dess företrädare arbetade ideellt. Resultatet av denna maktfördelning var att man i marknadsföringen inte tog någon större hänsyn till kulturarvet. I stället satsade man på naturturism och skidturism. Det största problemet för den lokala turismutvecklingen var därför att få "rätt" turister till Sunne.

## Movers and shakers

Ekonomisk framgång förknippas i synnerhet i periferia sammanhang med entreprenörskap och privat företagande. När det gäller kulturarv innebär detta därför ett potentiellt problem. Kommersiella krafter och behov står mot idéer om bevarande och icke-kommersialism. Detta

problem har också uppmärksamats av Russell och Faulkner (1999). De menar att konflikter i planeringen beror på olika ambitioner såväl när det gäller innehåll som timing. Planering inom den offentliga sektorn avser i detta sammanhang att skapa och att bibehålla kontroll över utvecklingen. Detta åstadkoms genom regler som försöker styra alla aktörer, ofta långsiktigt, mot samma håll.

Entreprenörer har ibland andra målsättningar och följer andra tidsramar. Beslut måste fattas snabbt och spontant. Många företags små humana och ekonomiska kapital medför att beslut inte heller är grundade i längre utredningar utan i stället utnyttjar tillfälliga möjligheter och trender. Ekonomisk framgång måste inställa sig fort. Faulkner och Russell menar därför att entreprenörer i många fall framstår som Movers och Shakers, det vill säga aktörer som avviker från den offentliga sektorns relativt linjära och långsiktiga planering. Entreprenörer rör om och upplevs därför som farliga och besvärliga.

Det kan ändå konstateras att entreprenörer och reglerande institutioner står i en slag symbios till varandra. Tillväxt och utveckling sker inte utan entreprenören som i sin tur dock är ofta mycket beroende av samhälleligt stöd och allmänna tjänster och infrastruktur.

## Destinationsplanering inför framtiden

Sammanfattningsvis kan det här konstateras att planering för destinationsutveckling är ett eftersatt område. De viktigaste skälen för detta är följande:

- Turismens svaga ställning i det regionala utvecklingsarbetet.
- En allmän brist på kunskap och förståelse för turismens villkor och funktionssätt inte minst bland offentliga aktörer men också inom näringen själv.
- Oklara rollfördelningar mellan privata och offentliga aktörer.
- Olika ambitioner bland offentliga aktörer och turismföretagare.
- Finansieringsformer för destinationsorganisationer.
- Destinationernas kommunövergripande organisation, samt
- Kunskapsbrister om planering inom destinationsarbeten.

Många av dessa nämnda problem kan förklaras av att destinationstänkande endast nyligen introducerades i Sverige. Därutöver är det dock huvudsakligen strukturella problem som påverkar destinationsutvecklingen. Många kommuner vill i dag med hänsyn till krympande offentliga finanser inte engagera sig i turism. I stället vill man se ett större privat engagemang, gärna i företagsekonomiskt gångbara former. På så vis lyfts ansvaret för turism bort från den kommunala agendan vilket leder till att andra viktiga planeringsfrågor kopplade till turism och destinationsutveckling marginaliseras. Här, kan det tyckas, ligger den största utmaningen för framtiden inte



minst med hänsyn till miljöfrågor som kan förväntas komma att ta allt större plats när det gäller framtidens turism.

För att kunna möta denna utmaning krävs ett grundläggande nytänkande som accepterar turism och destinationsorganisationer som viktiga faktorer för lokal sysselsättning och tillväxt. Denna insikt tycks vara svårförmedlad. För att övertyga beslutsfattare om turismens betydelse behövs fler kvalificerade medarbetare och bättre analyser av turismens effekter. Endast så kan turismen förankras i lokalsamhällen och skapa förutsättningar för en långsiktig utveckling. Marknadsföring allena kommer inte att lösa destinationers problem.

## Litteratur

*Butler, R.* (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources, *Canadian Geographer* 35, 287–295.

*Davidson, R. och Maitland, R.* (1997). *Tourism Destinations*. London: Hodder and Stoughton.

*Framke, W.* (2002). The destination as a concept: a discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 2, 92–108.

*Hall, C.M.* (2000). *Tourism Planning*. Harlow: Pearson Education.

*Müller, D.K.* (2006). Unplanned development of literary tourism in two municipalities in rural Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 6, 214–228.

*Relph, E.* (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.

*Russell, R. och B. Faulkner* (1999). Movers and shakers: chaos makers in tourism development. *Tourism Management* 20, 411–423.

*Westholm, E.* (1999). From state intervention to partnerships. I E. Westholm, M. Mosely och N. Stenlås (utg.), *Local Partnerships and Rural Development in Europe: A Literature Review of Practice and Theory*. Falun: Dalarernas forskningsråd, s. 137–156.

# Kulturarvet som underhållning

*Urban Skoglund*

I fyra år har jag jobbat på museet i Skellefteå för att kvalificera mig för ett deltagande här och känner mig mycket hedrad över att få bidra i den här viktiga konferensen. Nu är jag här på ”övertid” och jag säger stort tack för inbjudan. Skellefteå museum driver tre besöksmål i destinationen ”Guldriket”. Det är huvudmuseet på Nordan kulturcentrum, gruv- och mineralmuseet Berg-rum Boliden och Stackgrönans båtmuseum.

Jag läste i en blogg på Umeå kommuns hemsida att ”Kultur är bara underhållning och det behöver vi alla”. Jag lyssnade på kulturnämndens ordförande i Skellefteå, som sa att ”kultur är något man utövar på sin fritid. Därför är all fritidsverksamhet kultur”. Jag menar att båda har fel. Ishockey är inte kultur. Däremot finns det en hockeykultur och den består av alla yttringar som är kopplade till den sporten. Den innehåller allt från svartgula eller grönvita halsdukar till tillmälen som ”fittor” och uppmaningar att ”döda”.

Vi har en ”event-kultur” också. Den kan handla om provkörning av bilar på en halkbana en solig vinterdag med kebab och longas för hela familjen. Det finns en ”underhållningskultur” också. Den kan bestå av festivaler med öltält och schlagerartister. Den kan också bestå av allsång i parken eller jazzkväll på kaféet.

Det finns falanger i samhällskroppen, som inte består av kulturproducenter eller kulturkonsumenter och som håller på att skaffa sig tolkningsföreträde till begreppet kultur. Underhållningskulturen och turistnäringen håller på att tränga sig in och ta över kulturinstitutionerna. Det är en riskabel och contraproductiv utveckling. För när sportälskare och festivalminglare definierar begreppet kultur, så kan det bli precis vilka tokigheter som helst. Där finns bara liten känsla för kulturarv, bildning och identitet. Det blir ungefär som när kulturnissarna säger att de utövar sport bara för att de hoppar över sportsidorna i tidningen. Det är bara dumt. Kultur är den faktor i samhällskroppen som ska leda utvecklingen. Till begreppet kultur hör historia, lärande, forskning, kreativitet, bildning och identitet – begrepp som har väldigt lite med ishockey, hotellnätter och melodifestivaler att göra.

Uttrycker jag därmed ett förakt för den folkliga kulturen? Måhända det, men jag vill bara problematisera begreppet kultur och polarisera värdegrunder för att själv kunna se klarare.

På Skellefteå museum har man just startat ett treårigt projekt som ska dokumentera ishockeykulturen i syfte att ta rätt på den så kallade ”skellefteandan”. Men för

att vi ska dra nytta av den dokumentationen, måste vi addera forskning. Därför är det viktigt att museet har ett samarbete med universitetet i Umeå. Tidigare har museet i sitt regionala uppdrag inom teknik- och industrihistoria i Västerbotten dokumenterat kvinnliga företagare, också då i jakten på ”skellefteandan”. Kommer det att finnas resurser till att dra några slutsatser av den dokumentationen? Vad samlar museerna på, varför och till vad nytta?

Att utveckla den folkliga kulturen är en av vårt samhälles stora utmaningar – ytterst i syfte att uppnå fred på jorden. För det är i kulturernas motsättningar vi har embryot till krig. Vi ser det i dag bland religionerna och vi ser det bland italienska fotbollssupportrar. Vi ser samma strukturella motsättningar i den lokala hockeyns supporterklubbar – i mötet mellan Skellefteå AIK och Luleå Hockey. Etnocentrismen bor i oss alla och den är humanismens fiende.

Vad har nu kulturarvet med detta att göra? Ja, dagens hockeykultur är en av utgångspunkterna för morgondagens samhällsutveckling. Hur många poliser behöver vi? Hur ska vi fostra dagens unga till starka, kollektiva och sociala individualister? För att kunna förutse morgondagen och styra utvecklingen behöver vi analysera dagen. Och för att göra det måste vi blicka tillbaka och hämta in även gårdagen. Det är bland annat detta vi har det så kallade kulturarvet till. Museerna dokumenterar och samlar på våra gemensamma erfarenheter. Dagarna pågår ju inte i ett vakuum. Det handlar om kausalitet!

Kulturarvet är inte i första hand en samling dammiga prylar på ett museum. Just denna schablon är i stället en bild av museer, som sprids bland vissa politiker och i folkmun, av dem som nästan aldrig varit där. Det är precis tvärtom, eftersom dammet i sig är artefakternas största fiende. Museets uppgift är att hålla dammet borta. Det går åt ganska mycket skattemedel bara till det. Samlingarna på Skellefteå museum kostar årligen 1,6 miljoner att vårda och förvara. Då har vi ändå bara lyckats åstadkomma tak över artefakterna. Inget av de 19 magasinerna uppnår ens skyddsklass 1 i skalskyddet.

Så vad gör vi med kulturarvet när resurserna inte finns till att tillgängliggöra det? Ja, inte kan vi låta folk använda prylarna. Då slits dom och då är det liksom ingen vits med museala föremål. Inte kan vi sälja ut det heller, så som många föreslagit mig. Museer får inte agera kommersiellt med kulturarvet.

När jag kom till Skellefteå museum 2003 hade jag nyligen deltagit i ett event i Kista utanför Stockholm.

Det var ett samarbete mellan teatern och Interaktiva institutet, som arrangerade ett live-spel efter ett färdigt scenario med många möjliga utgångar. Spelet byggde på en pjäs av Bertold Brecht: "Galileo Galilei" och var placerad i 1600-talet. Där fanns ett historiskt perspektiv, en politisk problematik som hade med forskning, privat ägande och samhällsstruktur att göra. Och där fanns en rollspelande publik. Spelet kunde följas från hemdatorer varifrån man kunde påverka händelseförloppet genom att delta vid tangentbordet.

Samma år såg jag på Mölndals museum historiska bilder digitaliserade i en virtuell version, som innebar att man kunde färdas genom gatorna i det gamla Mölndals centrum och uppleva de gamla rivna kvarteren där. De här båda erfarenheterna ledde till den idé som jag kallat "Virtuella Skellefteå" och som handlar om att skapa ett diorama eller 360 graders rum med möjlighet att uppleva den gamla trästaden Skellefteå virtuellt. Där finns ju bara några få träkåkar kvar i centrum. Museerna måste ges möjligheter att utnyttja den moderna tekniken.

På högskolan i Skellefteå utbildar vi datorgrafiker, som till stor del tänker sig spelmarknaden som yrkesfält. I Skellefteå finns också en Live-förening som ägnar sig åt historiska rollspel. Jag tänkte att om man mixar dessa aktörer och får till stånd ett samarbete, så skulle museet också bli intressant för de yngre generationerna, helt i linje med museets uppdrag. En grupp studenter på högskolan – i ett projekt som kallas Ny-exad – tog fram en förstudie till det "Virtuella Skellefteå" och i dag är det bara pengar och en politisk vilja som saknas. Man ska sluta upp med att kalla museerna för "dammiga" så länge man inte vill satsa på förändring och nyskapande. Museerna själva vill det. Puckon!

För ett par veckor sedan hade jag förmånen att besöka ett antal museer i Holland. Ett av dem var Gemeente museum i Den Haag. Där hade man använt den nya tekniken lekfullt och innovativt för att göra kulturarvet mer tillgängligt och brukbart. En dekorerad skål kan vara ointressant där den står på en hylla bland många andra skålar. Men en skål skyddad under en glaskupa och som du kan studera i detalj på 20 cm avstånd tack vare tillfällig belysning och exponering blir betydligt intressantare. Om du dessutom kan lägga dig på en madrass och följa en filmsekvens i taket med skålens historia berättad för dig med myter och semiotiska avläsbara betydelser, då har vi kanske fångat ditt intresse och blottlagt ett stycke kultur utöver själva upplevelsen. Det kräver visserligen större yta, som kostar mer pengar, men kvalitet kostar nästan alltid mer pengar. I samma museum kunde vi besökare spegla oss iklädda krinoliner och korsetter, vi kunde med datorns hjälp simulera vårt utseende och skapa oss en ny identitet med hjälp av olika klädesplagg. Vi kunde se de gamla musikinstrumenten i utställning och vi kunde själva sampla musik i programmerade datorer. Vi kunde se videokonstnärernas lekfullhet på stora skärmar och låta oss inspireras av deras nyfikenhet, uppäckarglädje och kritiska frågor.

På krigsmuseet i Manchester kan vi i en arkitektur,

som speglar själva utställningskonceptet uppleva kriget med våra egna kroppar, trots att vi bara får traditionell information i ett bildspel, som utnyttjar modern teknik. Det är samma arkitekt som skapat Judiska museet i Berlin där man i arkitekturen kan uppleva underjordiska gångar och instängda rastgårdar. Där lockar man besökare till en av historiens största tragedier. Interaktion är en del av lösningen på museernas kris. I dag räcker det inte att läsa spruckna informationsskyltar och trycka på gamla bakelitknappar.

På The Museum of Science & Industry i Manchester finns vissa likheter med Skellefteå museum. Manchester kallar sig världens första industristad och det speglas också i museet. Res dit och låt er inspireras! Där har man samlat spåren av industrin i ett gigantiskt museum inrymt i fem byggnader. Man har lyft in tågset, ångmaskiner och turbiner i stora hallar – och de används! Vi behöver inte göra så i Västerbotten. Här finns de historiska industrimiljöerna kvar i sina ursprungsmiljöer. Turbinerna finns i Finnfors kraftverksmuseum, malmen finns i Varuträsk mineralgruva, transportsystemet finns i linbanan i Örträsk, osttillverkningen finns i Burträsk i en levande industriort, smedjan finns i Olofsfors bruk, guld- och koppartillverkningen kan beskådas i Rönnskärsverken och i Kåge finns det enda fullt bevarade repslageriet i landet. Den här rikedomen ger förutsättningar för ett nytt museikoncept där besöksmålen i en hel region kan utgöra ett sammanhängande museifält. Företagen i Västerbotten kunde dessutom bli "fadder för en dag" för intresserade besökare i samtidens industri och på det sättet bidra till en anda av öppenhet i bygden. Men det västerbottniska näringslivet är narcissistiskt till sin själ. Man ser inte kulturen som den utvecklingsfaktor den är. Man ser bara sport med exponeringsytor för sin egen företagsimage.

"Upplivningsindustrin", och den populistiska eventkulturen, har sprungit ifrån våra regionala och kommunala museer. Den saknar oftast dessutom egentliga kulturella kvaliteter. Vi är så angelägna om besökssiffror, att vi inte längre bryr oss om huruvida det vi berättar och visar fram är sant eller inte. Historien om Arn i Västra Götaland är ett sånt exempel. Jag säger inte att det är fel att släppa in Jan Guillous Arn i det kulturhistoriska arvet. Men vi måste se upp så att inte museerna tappar sin trovärdighet under upplevelsernas inflytande. På Kinnekulle tänker man nu bygga en "medeltidsimage", över 13 km lång för 5–6 miljoner kronor. "Event" har blivit en slags samhällsdrog för att vi ska stå ut i en alltmer komplicerad och obegriplig värld. Museernas uppgift är bland annat att göra denna värld begriplig. Det är kulturarvets paradox. I Skellefteå håller kulturarvet på att långsamt förstöras i undermåliga magasin, men kultur nämnden valde att bygga om entrén för 6 miljoner. Det kallas "besökarperspektiv".

I turistnäringens och svenska politikens kultursyn blir våra satsningar ibland oerhört taffliga. Här i Västerbotten har man byggt en restaurang i form av en "lappkåta" för att kunna ta emot många restaurangbesökare, men



måste den stå alldeles intill och skymma det industrimiljö, som är det egentliga besöksmålet? I Skellefteå har vi iordningställt ett kaffé där vi serverar megamackor till låga priser, men måste museet, som är det egentliga besöksmålet stå obemannat för att vi inte har råd med museipersonal? Längs E-fyran till Skellefteå står en jätteosthyvel och i Byske finns en jättefisk, som folk tror är menat som konst, men som i själva verket är reklamspelare för att få folk att stanna till och besöka våra anläggningar. Om de tycker det är utvecklande är inte så viktigt. Huvudsaken är att de äter och tankar bensin innan de reser vidare. Man tänker bygga en 50 meter hög älg på ett berg på gränsen mellan Västerbotten och Norrbotten. Vi får se upp så att vi efteråt fortfarande kan visa upp den kulturmiljö som vi säger oss vara stolta över och som är den egentliga rikedom. Älgen blir ju ändå bara ett lockbete. Vad återstår av upplevelse när vi åkt hiss i älgens ben och ätit en god middag med milsvid utsikt? Hur utnyttjar vi kulturmiljön och på vilket sätt kommer den att förändras i och med exploateringen? Vem tar ansvar för den? Kulturen kan bidra till att göra regionen attraktiv, men det måste ske på kulturinstitutionernas villkor också – inte enbart på turistnäringens.

En av våra viktigaste uppgifter inom kulturarvssektorn är att hitta en balans mellan att bevara och att bruka/tillgängliggöra. Bruket i sig innebär nämligen en snabbare förslitning som starkt begränsar bevarandet. 85 procent av dammet på regalskeppet Vasa kommer från besökarnas kläder och dammet är numera dess näst största fiende efter syrorna. Enbart bevarandet är relativt lätt. Vi behöver bara stänga in artefakterna i ett mörkt bergrum. Vi hade kunnat låta Vasa ligga kvar på botten. Det hade varit det bästa bevarandet – och billigaste. Men det är ju ingen nytta med det. Tillgängliggörandet innebär att vi som medborgare får ta del av kulturarvet. Just tillgängliggörande – eller ”Access” – är nyckelordet i modern interaktion mellan kulturarv och skattebetalare. Det kan vi bäst åstadkomma genom den moderna tekniken utan att slita på artefakterna. Men då måste museerna få de resurser som krävs för att utvecklas i takt med det övriga samhället. Så är det inte i dag. Vi kan inte nöja oss med att museerna visar 2 eller 10 procent av sina samlingar. Skattebetalarna ska kunna se allt. Museer blir ”dammigare” och ”mossigare” för var dag. Och det är inte museipersonalens fel. För den vet oftast vad den vill. Släpp in innovatörerna och entreprenörerna för en teknisk utveckling av museerna – men framför allt – ha tilltro till museernas personal och till deras professionalitet. Pumpa in lite pengar. Behandla kulturarvssektorn med respekt. Det finns ingen sektor i samhället där man tror på en utveckling utan investeringar. Vi får aldrig maximal utdelning mot ett minimum av risk.

I Stockholms slott finns en skattkammare som ställer ut tolv stycken kunga- och prinsesskronor. Stockholmarna behöver inte göra särskilt mycket för att locka besökare till den. Det väller in busslaster. På Skellefteå museum finns elva stycken spinnrockar. Är de mindre värda än kronorna? Det vi samlar på berättar om den

kultur som finns i Västerbotten och frågan är om vi egentligen tycker den är värd att bevara. Ska vi kanske nöja oss med att besöka Postmuseet i Gamla Stan för att få titta på en diligens från Lycksele? Västerbotten finns ju också representerat på Skansen. Vi kommer aldrig att ha några kungakronor att visa upp här. Ska Västerbottens besöksmål kanske ligga i Stockholm?

På Vänermuseum i Lidköping finns en båt och den är en kopia. Denna sjöfartsstad i kanten av vårt enda inlandshav lockar besökare till ett modernt och välkött museum med en båt. I gruvbygden Skellefteå har vi 36 originalbåtar, som speglar olika behov, olika verksamheter och olika funktioner i älv- och kustkultur i vår region. Det är klart att det finns massor av berättelser kring dessa båtar, men de måste exponeras och framför allt måste det finnas personal som kan berätta om dem. Det är det som är skillnaden mellan ett attraktivt besöksmål och en räkmacka att mätta magen med. Vi ska aldrig acceptera att lite samba och några räkmackor är det som ska locka besökare till kulturarvet.

När fritidsfolk och turistnäring tar över agendan, blir det mycket kommers och väldigt lite kultur. Vi får en kommersiell kultur och den ser i grunden likadan ut i Skellefteå som i Kuala Lumpur. Vi ska vara stolta över vårt kulturarv och lyfta fram det som den skattkammare det är. Först då kan kultur och turism dra nytta av varandra i en utveckling av regionen. Det är kulturarvet som ska få besökare att boka hotell och äta räkmackor – inte räkmackorna som ska få turister att titta på gamla träbåtar.

# Att varugöra ett kulturarv

*Torkel Molin*

Detta inlägg utgör en kortare rapportering av några resultat från det av Riksantikvarieämbetet finansierade projektet *Kulturarvet och entreprenören*. Forskningen har utförts av undertecknad, Torkel Molin, forskare vid Högskolan på Gotland, Dieter Müller, kulturgeograf och turistforskare Umeå Universitet, Richard Pettersson, idéhistoriker och museolog samt Martin Paju, kulturgeograf och anställd på Centrum för regionalvetenskap. Forskningen har haft sitt säte vid CERUM Umeå universitet.

## Bakgrund

Vi föresatte oss att undersöka vad som händer när kulturarvet ”varugörs”. Med varugörande menas här att något görs säljbart och alltså omvandlas till en eller flera säljbara produkter. Vi var intresserade av dels hur man gör, dels vad som händer med kulturarvet när det behandlas kommersiellt. Vi hade också frågeställningar, som vi tidigare hört Dieter Müller tala om, kring turism och kulturarv. Frågeställningar som rör hur kulturarv kan fungera som en motor för regional utveckling, särskilt i glesbygd, har också figurerat i undersökningen.

Moderna skrivningar för hur kulturarvet ska behandlas fäster särskild vikt vid dess brukande samt till medborgarnas demokratiska inflytande över detsamma. Vari ligger det demokratiska i ett kulturarv styrt av privata vinstdrivande intressen? Vi tänkte oss att vi skulle komma åt problematiken genom att undersöka entreprenörstyrt kulturarv.

## Metod och Empiri

Undersökningens empiri har huvudsakligen hämtats från Guldriket i Västerbotten, vilket i dag karaktäriserar sig självt som en turistdestination byggd på regionens gruvnäring.<sup>1</sup> Undersökningen har genomförts genom besök vid några av de i Guldriket ingående turistattraktioner som grundar sin existens i någon form av kulturarvstänkande. Vi har också utfört ett antal intervjuer, eller egentligen rättare, mer eller mindre styrda samtal, med bland andra företrädare för dessa turistmål. Vi har också läste diverse policydokument, verksamhetsberättelser, rapporteringar och dylikt.

Då vi fyra forskare under längre tid sysslat med forsk-

ning på detta område inom ramen för våra egna ämnen, utgick vi från vår samlade erfarenhet och satte samman ett antal punkter, eller frågeställningar, som vi ville ha belysta under dessa samtal. Vår metod har alltså varit genuint tvärvetenskaplig. Efter rundresa och intervjuer har vi regelbundet samlats och diskuterat, jämfört intryck och reflekterat i grupp. Detta har ökat vår förståelse för problemen kring resursen kulturarv.

## Resultatrapportering

Några av våra slutsatser och resultat presenteras här nedan under ett antal rubriker. Några av resonemangen kan vara något svårbegripliga på grund av att en närmare beskrivning av de objekt och personer som diskuteras inte finns med i detta föredrag. Dessa beskrivningar kommer dock att finnas med i den mer utförliga rapport som lämnats in till Riksantikvarieämbetet.

## Konsekvenser för det svenska kulturarvet framkomna vid studier av Guldriket i norra Västerbotten

Undersökningen av Guldriket har delvis fått oss att tänka om och nytt. Den allra första, största och enklaste konsekvensen är att utan den process som sattes i gång när Guldriket startade skulle det kulturarv som förvaltas av dess entreprenörer över huvud taget inte finnas till. Konsekvensen är alltså att entreprenörer i kulturarvsvängen kan etablera kulturarv. Biografen i Adak skulle ha rivits, eller rasat av sig själv. Världens längsta linbana skulle ha monterats ned av Boliden AB, gruvan i Kristineberg skulle ha kunnat fortsätta sin gruvdrift som om inte Kristus uppenbarat sig där vid en sprängning 100 meter under jord år 1946. Vildmarksgruvan skulle ha kunnat fortsätta att vara ett vattenfylldt håll och Boliden AB skulle ha kunnat bedriva sin verksamhet utan att ha ett museum inne på Rönskärsverken. Ingen kulturarvsförvaltande myndighet skulle av egen kraft ha kunnat bevara något av detta och antagligen inte ens kommit på tanken att göra det. Biografen Saga dömdes till och med ut av den ditresta länsantikvarie som först besiktigade den. Det fanns alltså inget etablerat officiellt kulturarv i området när Guldriket startade. Det som fanns var potentiella kulturarv och potentiella kulturarv finns det gott om. Turistmålen har så att säga gjort karriärer som kulturarv.

<sup>1</sup> <http://www.guldriket.com/>

En eller flera eldsjälur, här bör särskilt nämnas musikläraren Alve Johansson, påverkade kommunerna (Lycksele, Malå, Norsjö och Skellefteå) att tillsätta en utredning för att se vilka satsningar man kunde göra för att bevara delar av Västerbottens gruvhistoria och motiverade detta med att gruvhistorien kunde bli en satsning på turism samt att den berättade historien kunde höja graden av identitet och självkänsla. Här startade alltså en *urvalsprocess*. Vissa objekt valdes och deras status höjdes därmed. Det investerades och statusen på dessa platser ökades än mer, till den punkt att de både av allmänheten och av myndigheter ansågs som så bevaransvärda att de fick den särskilda *omsorg* som kännetecknar svenskt kulturarv. I korthet, ju mer etablerade de är desto omistligare anses de vara.

Till saken hör alltså att man hade kunnat välja helt andra objekt, som skulle ha fått samma funktion och som i dag i sådant fall hade utgjort mer eller mindre officiella kulturarv. Vi kan ta exemplet med biografen i Adak. Varför valdes just den? Det fanns faktiskt ett ruckligt, mer eller mindre utdömt hus till i byn Adak som också tjänat som biograf, nämligen Folkets hus. Men i och med valet av Östens och Edits biograf berättas en specifik historia som får representera Adaks lokala historia. Med ett bevarat Folkets hus hade det blivit en annan berättelse. Vi kan alltså i Guldricket studera en process, där enskilda intressenter gör olika urval ute i bygderna. Dessa urval strävar intressenterna senare efter att etablera som officiella kulturarv. Denna process ger vissa konsekvenser.

## 1) Urvalsproblematiken

Med utgångspunkt i Guldricket kan vi hävda att den professionella minnesvården (här i betydelsen den gemensamt finansierade kulturmiljövården, företrädd av RAÄ, läns museer med flera) delvis avhänt sig kontroll över urvalet av vad som ska komma att ingå i det svenska kulturarvet. Om professionella antikvarier fritt fått välja objekt, utifrån sina sedan länge etablerade kriterier, i samma område är det inte alls säkert att de valt samma objekt, om de ens valt några. Med en process som styrs av entreprenörer är det det personliga intresset, eller det förment kommersiellt gångbara som står för urvalet. Alltså ett entreprenörstyrkt kulturarv betyder inte bara att entreprenörer driver anläggningar utan att de faktiskt också bestämmer vad som ska bli och vara kulturarv. Krasst uttryckt kan vi säga att den som initialt betalar gör urvalet, vare sig det är med tid eller pengar.

## 2) Hanteringen av kulturarvet

Samma mekanismer som för allt annat urval gäller. När något är valt och fått omsorg och på så sätt upphöjts till kulturarv gäller samma principer som för allt annat kulturarv. Bevarandestrategier, finansieringsmöjligheter och museala mekanismer sätts in. Det som sticker ut, är unikt eller har historisk betydelse, vare sig det är som

kuriositet eller genom påstått högt historiskt källvärde har större chans att locka besökare än annat. Det vet entreprenörerna. Vad de kanske inte vet eller inte kan, är vilka delar som är intressanta ur historisk synvinkel, eller hur man bevarar dem. Här kan det behövas antikvarisk expert hjälp. I Guldricket har exempelvis Skellefteå museum haft sådan expertis och ställt upp med kunskap, hjälp, råd och råd. Museets verksamhet ingår i Guldricket och det har säkert varit en fördel. Vi kan ta Världens längsta linbana som exempel. Ur industriminnesforskningens synvinkel så hade man givetvis helst sett att hela linbanan bevarats, korgar, spännstationer, drivning och i- och urlastningsstationer. Allra helst i ett sådant skick att det bara är att trycka på en knapp för att starta hela anläggningen. Något som är tämligen orealistiskt eftersom det skulle kosta orimligt mycket pengar.

De som satsade sin tid på att bevara delar av linbanan måste sålunda finna ett annat sätt att finansiera den. Lösningen blev att bygga om linbanan för persontrafik. Den är nu, i egentlig mening, inte någon malmbana längre, utan en persontrafikkabinbana men med en historia som gör den mer intressant att besöka än vilken kabinbana som helst. Vad skulle då sparas av originalbanan? En inte helt enkel fråga då, när den var aktuell. När vi talade med Bosse Biström, den som nu driver linbanan, så framkom att han fick hjälp med urvalet. På den antikvariska expertisens inrådan sparades några master och en bit linbana med uppsatta malmkorgar. Dessa hade Biström själv inte tänkt spara. Den delen fungerar nu som kuliss. De bevarade originaldelarna hjälper besökarna att föreställa sig hur det en gång sett ut. Då, när det begav sig, meddelade Biström, att han såg resterna som skräp som skulle rosta och förfula. I dag är han emellertid glad över att de sparades. De skänker linbanan autenticitet och illustrerar de berättelser som gör linbanan till den attraktion den blivit. Detta betyder emellertid inte att vi som forskare rekommenderar de antikvariska myndigheterna att gå in och styra och ställa med k-märkningar eller andra fridlysningsåtgärder. Det betyder att det finns utrymme för en förhandling mellan den antikvariska expertisen och den lokala entreprenören om vad som ska sparas och på vilket eller vilka sätt det kan ske.

Vi med våra förutfattade meningar trodde att kulturarvet skulle behandlas omilt, i jakten på kommersiell framgång. Det visade sig snabbt att vi inte tänkt färdigt. Som jag redan påpekat skulle det inte finnas något kulturarv på dessa platser om de inte exploaterats – utan en ombyggnad av linbanan, ingen linbana, alls. Det är något att hålla i minnet. Det betyder att man måste lämna stort handlingsutrymme till den entreprenör som vill driva en sådan här anläggning. Kan entreprenören inte realisera sina planer eller revidera dem efter hand går projektet omkull och därmed finns inget bevarat, eller också måste den gemensamma kassan ta över ännu en utgiftspost om inte det nya kulturarvet på nytt ska övergå i skrot. Hittills har det i alla fall varit så att om något en gång upphöjts till etablerat officiellt kulturarv är det samhällets ansvar att sedan se till att det bevaras

för all framtid.

Vän av ordning kan då ställa frågan om det är samhällets uppgift att se till att kulturarv sparas för all framtid. Varför sparar man då inte anläggningen i originalskick? Att entreprenörerna i ett initialskede tillåtit att göra stora förändringar av kulturarvet har givetvis att göra med frågan om när ett objekt blir kulturarv. Tänk tanken att en entreprenör vill öka det kommersiella nyttjandet av Glimmingehus och bygga om anläggningen till ett lyxhotell med spa och golf. Det går inte. Ett sådant förfarande skulle på ett påtagligt sätt bryta mot all minnesvårdande tradition och troligen också bryta mot de stora flertalets inneboende uppfattning om vad man får och inte får göra med kulturhistoriska objekt. Detta beror på att Glimmingehus sedan länge är ett etablerat kulturarv och därför knappast kan säljas och byggas om, en folkstorm torde då uppstå. Men linbanan gick bra att bygga om, den var, när Biström och hans kompanjoner satte sina planer i verket skrot som skulle rivas och fraktas bort. Själva förutsättningen för någon sorts bevarande låg, och ligger, i själva ombyggnationen och faktiskt inte bara i detta utan också i en kontinuerlig omstöpning av platsen. Företaget behöver utvecklas vilket leder till del-, till- och ombyggnad.

En slutsats från vår undersökning av Guldricket tycks övergripande vara att entreprenörsstyrda kulturarv i samtliga fall har påbörjats "underifrån". En förlängd slutsats är vidare att processen också bör förhålla sig på det viset. Mönstret med att myndigheter och kommunal finansiering går in i ett senare stadium, efter det att platsen och företagsidén har lanserats via en entreprenör, har nämligen den fördelen att den antikvariska sektorn på så vis slipper sin traditionella roll att "uppifrån" diktera vad som är bevarandevärd kulturarv. Dessutom undviker myndigheten då den förvaltande och finansiella roll som ett aktivt första initiativ automatiskt medför.

Det finns heller inget som tyder på att entreprenörerna på något sätt skulle förstöra sin tillgång, snarare tvärt om. Ett sätt att öka attraktiviteten och/eller öka antalet säljbara tjänster är att öka antalet berättelser som kan knytas till platsen. Entreprenörerna är alltså intresserade av att mer historisk och lokalhistorisk forskning utförs. Inte sällan uppmuntras studiecirkel och det funderas hela tiden på om fler eller bättre berättelser kan sätta fokus på fler historiskt intressanta objekt som då kan visas. Alternativt kan olika guidningar med olika berättelser kopplas till de redan bevarade objekten.

### 3) Kulturarvets funktion i de enskilda turistattraktionerna

På de mest kommersialiserade turistmålen vi besökt i Guldricket, Linbanan och Vildmarksgruvan, utgör kulturarvet och det industrihistoriska bara en del av en hel mängd attraktioner. Det betyder att många besökare kommer dit helt oberoende av det underliggande industriella arvet. *Men*, det här är viktigt, *väl där* kan de inte undgå att ta del av de berättelser och den historia som

där presenteras. Även den mest ointresserade bröllopsgästen som intar en smaklig bröllopsmiddag nere i den av levande ljus upplysta gruvan i Varuträsk kommer att ta till sig vissa basfakta om anläggningen. Hur ska han eller hon annars kunna tala om var middagen ägt rum? Besök på ett ställe, oavsett skäl, genererar ett intresse för platsen i sig. Det betyder att ur ett historiepédagogiskt perspektiv är anläggningar som de som finns i Guldricket mycket bra, på vissa punkter till och med bättre än traditionella museer. Dessa anläggningar drar ju till sig folk som annars aldrig skulle tänka sig att gå på ett traditionellt museum. De som kommit för att åka skoter på Varuträskets is eller se på film vid filmfestivalen i Adak får historien om regionens gruvnäring på köpet, vare sig de vill det eller inte.

### 4) Den inneboende logiken i entreprenörsturt kulturarv gör att kulturarvet förmeras allt snabbare

Företag tenderar till att sträva efter tillväxt. De börjar i liten skala och växer så länge de har möjlighet och så länge företagaren vill. Tanken tycks vara att ju större desto stabilare. I Guldricket kan vi observera att turistmålen hela tiden ökat sina aktiviteter. Exemplet Adak är ganska bra. Det började med renoveringen av själva biografen, sedan funderade man på hur man skulle kunna få ihop tillräckligt mycket intäkter för att hålla huset i gång. En festival tillkom, så ett fik. Ännu ett museum, Elviramuseet, byggdes bredvid. Alltså, ju längre historia besöksmålet har som besöksmål desto fler berättelser släpas dit och ju mer lokal historia samlas. Vi skulle kunna se det som att när ett entreprenörsturt kulturarv tar fart fungerar det som en magnet nedsatt bland järnfilspån. Det drar till sig närliggande potentiellt kulturarv som entreprenören sedan försöker exploatera och göra kommersiellt gångbart. I Adak kommer troligen mer av regionens gruvhistoria att upphöjas till kulturarv. I Elviramuseet finns i dag en modell av Adakgruvan. När undertecknad besökte filmfestivalen sjöngs en adakgruvan blues. Min gissning är att mer av de förr kringliggande samhällenas historia kommer att visas upp i byn Adak, inte på platserna där de forna samhällena Adakgruvan och Rutjebäcken låg.<sup>2</sup>

Den här tendensen gäller givetvis inte bara potentiellt kulturarv utan också andra aktiviteter. Kulturarv är ju bara en del av det som "säljs" till de turistande.

Detta påverkar givetvis också det svenska kulturarvet i stort och nu är vi tillbaka i urvalsproblematiken. Där kulturarvsentreprenörer dyker upp kommer allt mer potentiellt kulturarv att bli etablerat. Vi återgår till linbanan. Förekomsten av linbanan som turistattraktion har medfört att planer nu finns på ett Vitterrike på samma plats. Spännande historier om det övernaturliga samlas in och ges en plats bredvid linbanan. Lyckas denna satsning kommer det att vara dit man åker för att få reda på något om vittrorna, trots att vitterhistorier finns i hela

<sup>2</sup> Runt byn Adak växte gruvssamhällena Adakgruvan och Rutjebäcken upp. Dessa är i dag helt rivna och gruvorna igenlagda.



landet. Vittrorna i Västerbotten får alltså en mer framskjuten plats än de kanske rent historiskt förtjänar. Jag tycker inte att detta är något problem. Det är snarare en tendens som vi kan skönja utifrån detta lilla exempel.

## 5) Konsekvenser för minnesvårdande myndighet

En stor fördel med ett entreprenörstyrkt kulturarv är att den officiella minnesvården i linje med de senaste kulturpolitiska formuleringarna kan sägas ha demokratiserat urvalet. Det demokratiska består då i att det står var och en fritt att försöka bilda bolag och etablera kulturarv. Medborgaren har dock ännu mindre inflytande över det nya kulturarvet. Förr kunde hon göra sin politiska röst hörd. Med privatägt/privatförvaltad kulturarv blir inflytandet begränsat. Om detta är en för- eller nackdel låter jag dock vara osagt. Många kulturarv kommer likt biografen i Adak att förvaltas av ekonomiska föreningar och den som vill påverka kan gå med och arbeta i föreningen och på så sätt få ett stort inflytande över hur kulturarvet förvaltas lokalt.

En annan fördel är givetvis att huvudansvaret och med detta vidhängande kostnader hamnar hos entreprenören. Den entreprenör som på eget initiativ iståndsätter något har givetvis huvudansvar för kostnaderna, även om en hel del gemensam finansiering finns med. Ansvarig myndighet kan sluta med sin eventuella finansiering utan att någon skulle tycka att det var konstigt.

En nackdel ur minnesvårdande myndighets synvinkel är att det omhuldade kulturarvet riskerar att hamna i bakgrunden eller "disneyfieras" på ett icke pietetsfullt sätt och hamna i någon sorts modern nöjespark.

Vår undersökning ger dock inget stöd för någon sådan farhåga, snarare tvärt om. De privata aktörerna försöker stärka objektens kulturarvsstämpel och förstärka de historiska berättelserna och banden bakåt till objektens ursprungsanvändning. Detta sker inte bara som ett led i marknadsföringen, objektet och deras historia är en stor del av själva affärsidén. Varför ska man gifta sig just där, eller äta just där, jo på grund av den historiska miljön! I konkurrensen med andra krogar, kabinbanor, racerbanor och biografier är kulturarvet en viktig del.

## 6) Kontrollen och makten över kulturarvet förloras delvis

Minnesvårdande myndighet kan inte längre ensam bestämma över kulturarvet. Myndigheten tvingas här tänka om, vilket är en process man är mitt uppe i. Villkor för förvaltande och åtnjutande av stöd av offentliga medel måste tänkas igenom och det kommer att vara en ständig förhandling mellan entreprenörerna och minnesvården.

Myndigheten bör också förbereda sig på att det gäller att handla snabbt. När en entreprenör väl bestämt sig för att starta verksamhet så bör det finnas hjälp att få. Entreprenören besitter redan kulturhistorisk kunskap om plats och objekt, annars skulle han eller hon inte ha

kommit på idén. Antikvarisk myndighet bör dock snabbt göra en inventering, föreslå bevarandestrategi, kanske ge ut en manual med regler och bestämmelser, goda råd med mera. Kort sagt beredskapen bör vara hög för även de mest bisarra förslag kan komma att dyka upp och ska man kunna handla "innan det är för sent" måste man kunna reagera med mycket kort varsel.

För fler och fördjupade resonemang samt för hänvisningar hänvisas till den färdiga rapporten och *Kulturarvet och entreprenören* som lämnats in till Riksantikvarieämbetet och beräknas komma ut under året.

## Källor och litteratur i urval

*Intervjuer* och samtal med representanter för Guldriket samt med andra personer med inblick i Guldrickets verksamhet utgör denna undersöknings huvudmaterial. Intervjuerna finns delvis i digital form. Några är hjälpligt transkriberade och intervjumaterialet förvaras hos projektdeltagarna.

[www.guldriket.com](http://www.guldriket.com)

*Molin, Torkel, Den rätta tidens mått: Göthiska förbundet, fornforskningen och det antikvariska landskapet* (2003).

*Molin, Torkel, "Att prägla landskap", Kulturarvets dynamik: Det institutionaliserade kulturarvets förändringar* red. Aronsson, Peter & Hillström, Magdalena (2005).

*Molin, Torkel, "Guldriket: om etablerandet av en destination" Topos: essäer om tänkvärda platser och platsbundna tankar* red. Mårald, Erland & Nordlund, Christer (2006).

*Müller, Dieter K., "Unplanned Development of Literary Tourism in Two Municipalities in Rural Sweden" Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 60 (2006).

*Müller, Dieter K. & Pettersson, Robert, "Access to Sami tourism in Northern Sweden" Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 1 (2001).

*Müller, Dieter K. & Pettersson, Robert, "What and where is the indigenous at an indigenous festival? Observations from the winter festival in Jokkmokk, Sweden" Indigenous Tourism: The Commodification and Management of Culture* eds. C. Ryan & M. Aicken (2005).

*Paju, Martin, Tillväxt och kulturarv: Samband och lokalekonomiska utvecklingsperspektiv*, [http://www.geoumu.se/VG\\_uppsatser/PajuM.pdf](http://www.geoumu.se/VG_uppsatser/PajuM.pdf).

*Paju, Martin, Kulturmiljön i den regionala utvecklingen. En fallstudierapport.* Rapport från Riksantikvarieämbetet 2002:4.

*Pettersson, Richard, Fädernesland och framtidensland: Sigurd Curman och kulturminnesvårdens etablering*, (2001; 2 uppl. 2004).

*Pettersson, Richard, "Kulturella arv och kollektiva minnen: Vem är i behov av vad?", Nordisk Museologi* 2002:1.

*Pettersson, Richard, Den svenska kulturmiljövårdens värdegrunder: en idéhistorisk bakgrund och analys (2003).*

*Pettersson, Richard, Blick för kultur: Idéhistoriska aspekter på etnologisk och arkeologisk kulturforskning i Sverige under 1900-talet (2004).*

*Pettersson, Richard, "Den statliga minnesvårdens framväxt i Sverige under 1900-talet" Kulturarvens dynamik, red. Aronsson, Peter & Hillström, Magdalena (2005).*

*Pettersson, Richard & Sundin, Bosse, Sigurd Curman, Nämnsföreläsa och det "kultiverade kraftverket" (2002).*

# Utmaningar i arbetet med platsmarknadsföring: kulturmiljön i den postindustriella samhällsutvecklingen

**Krister Olsson**

## Inledning

Samhällets utveckling från ett industrisamhälle till ett postindustriellt kunskapssamhälle har inneburit en tydlig förskjutning i synen på kulturens och kulturmiljöns roll i samhället. Traditionellt kan kultursektorn beskrivas som en meningsskapande sektor som utgjort kronan på välfärdssamhället. Allt mer har dock kulturen kommit att betraktas som en ekonomisk sektor som, liksom andra samhällssektorer, direkt och indirekt ska bidra till tillväxt och lokal och regional utveckling. I stor utsträckning, främst på lokal och regional nivå, har kulturpolitikens sociala mål kommit att ersättas eller kompletteras med ekonomiska mål och motiv.

Utvecklingen mot en ny samhällssituation har inneburit nya förutsättningar för lokal och regional utvecklingsplanering. Alla städer och regioner deltar i dag, mer eller mindre medvetet, i ett konkurrensspel som handlar om att attrahera nya invånare, företag och investeringar samt besökare och turister. I dessa sammanhang ställs stora förväntningar på kultur, kulturmiljö och livsmiljö-kvaliteter som resurser för lokal och regional ekonomisk utveckling. Utvecklingsarbetet inriktas på många platser i huvudsak mot att försöka åstadkomma en konsumtion i vid mening i den egna staden eller regionen. Det handlar om turism och besöksnäring, festivaler av olika slag, anläggningar för kultur, detaljhandel och underhållning och byggnadsprojekt som ska visa på framåtanda, dynamik och attraktivitet.

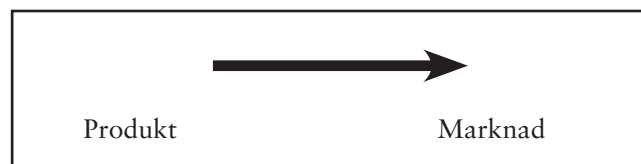
Det utvecklingsarbete som sker i olika lokala och regionala sammanhang kan förstås och diskuteras i termer av *platsmarknadsföring*. Ofta uppfattas profilering som den mest centrala komponenten i platsmarknadsföringens praktik, liksom att det främst är externa marknader som står i fokus för detta arbete, till exempel potentiella inflyttare och besökare. Profilskapande aktiviteter tar sig ofta uttryck i mer eller mindre sofistikerade reklamkampanjer som kommuniceras utåt genom webbplatser, annonser, turistbroschyrer, varumärken, slogans och symbolprojekt.

## Utpekad kulturmiljö och platsmarknadsföring

Inte minst den lokala och regionala kulturmiljön framhålls som en resurs att utnyttja i platsmarknadsföring och utvecklingsplanering. Kulturmiljöns historiska egenska-

per har alltid varit av central betydelse inom den offentliga kulturmiljövården. Bedömningar av kulturhistoriskt värde har i stor utsträckning styrt resursfördelning mellan olika bevarandeåtgärder. Ju större kulturhistoriskt värde, desto större bevarandevärde har ansetts föreligga. Till de historiska egenskaperna (dokumentvärde) brukar emellertid även läggas ett upplevelsevärde som bidrar till att bygga upp det sammantagna kulturhistoriska värdet. Normalt är upplevelsevärdet, liksom dokumentvärdet, föremål för kulturmiljövårdens expertbedömningar. I den meningen kan hävdas att det är fråga om ett teoretiskt eller potentiellt upplevelsevärde. Bedömningen av värde säger inte per automatik något om huruvida den berörda miljön faktiskt upplevs på det sätt som förut-sätts.

Kulturmiljövården har således traditionellt varit en expertfråga och ett offentligt ansvar som inriktats mot objekt och avgränsade miljöer med särskilt stora historiska kunskapsvärden. I grunden kan kulturmiljövården beskrivas som en produktorienterad verksamhet med syfte att identifiera objekt och miljöer för långsiktig bevarande. Denna syn på den offentliga kulturmiljövårdens roll i samhällsplaneringen dominerar alltjämnt, såväl inom kulturmiljösektorn som hos andra parter. Det förefaller på så sätt logiskt att tolka platsmarknadsföring i detta sammanhang som en fråga om att förmedla eller "sälja" en definierad produkt, det vill säga i detta fall utpekade kulturobjekt och avgränsade miljöer. Produkten framträder således som given. Relationen mellan produkt och marknad i den traditionella kulturmiljövården kan beskrivas som att produkten definierar marknaden. (Se figur 1.)

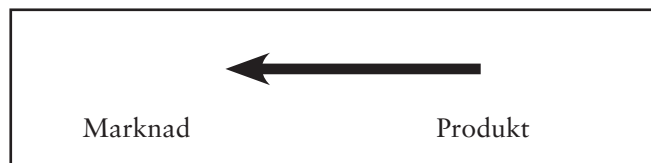


Figur 1: Relationen mellan produkt och marknad i den traditionella kulturmiljövården.

## Platsmarknadsföring och kulturmiljö som infrastruktur

Mot det hittills förda resonemanget kan flera invändningar framföras. En första invändning gäller relationen mellan produkt och marknad. I ett platsmarknadsföringsperspektiv är det marknadens efterfrågan och behov som definierar produkten och inte tvärtom. Platser är i sig själva komplexa och mångfasetterade med många olika betydelser för olika grupper och intressenter. Platsen som produkt är således svår att beskriva och avgränsa. Olika grupper eller delmarknader uppfattar samma plats på olika sätt och definierar på så sätt platsen som produkt på olika sätt. Produkten är med andra ord inte given utan måste vara föremål för empirisk undersökning. Platsmarknadsföring kan mot denna bakgrund beskrivas som en efterfrågeorienterad process, där platsen betraktas som en uppsättning produkter, skapade av platsens resurser enligt olika gruppers behov och önskemål.

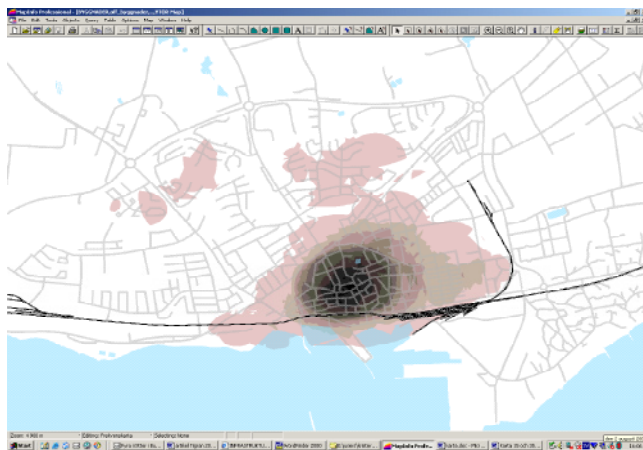
I syfte att systematiskt dra nytta av kulturmiljön i platsmarknadsföringens praktik krävs nya synsätt på kulturmiljön, där utgångspunkten är efterfrågan och behov hos olika målgrupper snarare än expertkunskapen. Relationen mellan produkt och marknad blir här den motsatta än vad som traditionellt har varit utgångspunkt i kulturmiljövården, det vill säga det är marknaden som definierar produkten. (Se figur 2.)



Figur 2: Relationen mellan produkt och marknad i ett platsmarknadsföringsperspektiv på kulturmiljövården.

Traditionellt har således kulturmiljö definierats som ett urval av objekt och avgränsade miljöer. Genom att tolka kulturmiljön som en infrastruktur uppstår möjligheter att frigöra sig från detta produktorienterade angreppssätt. Begreppet infrastruktur förekommer i dag i de mest skilda sammanhang. Av tradition är det fysiska anläggningar och tekniska system som betraktats som infrastruktur. Den traditionella fysiska infrastrukturen, till exempel vägar, är dock inte för alltid given. Infrastrukturen är inte liktydigt med de fysiska anläggningarna och systemen som sådana. De är inte infrastruktur, men kan fungera som sådan, det vill säga som den arena på vilken ekonomiska, sociala och andra aktiviteter i samhället genomförs och som i förhållande till dessa aktiviteter är stabil och endast förändras långsamt. Detta betyder att det är den faktiska användningen eller graden av aktiviteter, direkt eller indirekt, som avgör om en anläggning eller ett system ska betraktas som infrastruktur. Kulturmiljöns infrastrukturella egenskaper är således en empirisk fråga som ger underlag för att i platsmarknadsföringsprocessen definiera olika kvaliteter

i kulturmiljön som delar av en sammantagen platsprodukt. (Se figur 3.)



Figur 3: Exempel på hur efterfrågan på kvaliteter i stadsmiljö kan undersökas empiriskt. I figuren redovisas resultat från en enkätundersökning ställd till ett statistiskt urval av boende i Ystads kommun. Resultatet i figuren avser mest efterfrågade bostadsområden i tätorten och kan, tillsammans med undersökningens övriga resultat, fungera som ett underlag för att definiera kulturmiljön som infrastruktur och som platsprodukt.

Slutsatsen av ovanstående resonemang är att i ett infrastrukturperspektiv så kan frågan om vad som ska betraktas som kulturmiljö inte reduceras till en fråga för en avgränsad grupp av experter att avgöra. Medborgarnas och andra berörda gruppers värdering och användning av kulturmiljön blir väsentlig för att tolka och förstå kulturmiljö i ett platsmarknadsföringsperspektiv.

En andra invändning gäller en föreställning om att platsmarknadsföring är en aktivitet som bara, eller i huvudsak, vänder sig till externa marknader, det vill säga potentiella invånare, företag och investeringar samt inte minst besökare och turister. De interna marknaderna, det vill säga de som redan bor och är verksamma på platsen, påverkas dock alltid, mer eller mindre, av insatser som görs för att locka intressenter utifrån. Det finns således alltid en risk att det uppstår konflikter mellan de intressen som interna marknader har och de intressen som externa marknader har. Mot den bakgrunden framstår det som väsentligt att i platsmarknadsföringsprocessen uppmärksamma interna marknader tydligt i förhållande till externa marknader. I många fall är de interna marknaderna också betydligt större än de externa marknaderna, vilket betyder att de flesta som påverkas av olika åtgärder (eller prioriteringar mellan olika åtgärder) är lokalbefolkningen och andra intressenter som redan är förankrade på platsen. En gammal sanning är att all god marknadsföring först och främst handlar om att vårda sina befintliga kunder.



## Platsmarknadsföringens olika aktiviteter

En tredje invändning mot det inledande resonemanget gäller föreställningen om platsmarknadsföring som en i huvudsak profilskapande aktivitet. Föreställningen om att produkten är given och att platsmarknadsföring handlar om att förmedla eller ”sälja” den till olika marknader kan delvis förklara praktikens starka fokusering på profilskapande aktiviteter. I själva verket är platsmarknadsföring en långt mer komplex process och omfattar flera sammanlänkade aktiviteter. Var för sig är dessa aktiviteter inte tillräckliga för en framgångsrik platsmarknadsföring. Sammantagna kan dessa aktiviteter tolkas som medel för att tillgodose olika marknaders behov och önskemål. De är medel för att med utgångspunkt i efterfrågan analysera och utveckla platsen. Förutom *profilskapande* aktiviteter, som handlar om att förmedla hur olika grupper kan få sina behov och önskemål tillgodosedda, omfattar platsmarknadsföringsprocessen dessutom *rumsliga* aktiviteter och *organisatoriska* aktiviteter. (Se figur 4.)



Figur 4: Samordning av platsmarknadsföringens olika aktiviteter – profilskapande aktiviteter, rumsliga aktiviteter och organisatoriska aktiviteter.

De rumsliga aktiviteterna handlar delvis om byggnade, men handlar främst om fysisk och rumslig samordning mellan olika typer av infrastrukturer, till exempel specifika kulturresurser, kommunikationsinfrastruktur, bostäder och kommersiell service. Om den rumsliga dimensionen i platsmarknadsföringsprocessen uppvisar stora brister så räcker inte profilskapande aktiviteter särskilt lång. I värsta fall kan de ha en negativ inverkan eftersom den sammantagna platsprodukten inte överensstämmer med den presenterade profilen. Organisatoriska aktiviteter är nödvändiga för de profilskapande och rumsliga aktiviteterna. Det handlar om samordning och ansvarsfördelning mellan olika offentliga och privata intressen och aktörer i syfte att fullt ut hantera den sammantagna platsprodukten, eftersom ingen enskild part kan förväntas att på egen hand ha den förmågan.

## Avslutning – utmaningar med platsmarknadsföring

Utmaningar i arbetet med platsmarknadsföring, i vilken kulturmiljön avser vara en framträdande resurs, handlar till stor del om att förhålla sig tydligt till olika begrepp och resonemang som har diskuterats i denna artikel. (Se figur 5.)

Kultur som <i>meningsskapande sektor</i>	Kultur som <i>ekonomisk sektor</i>
<i>interna marknader</i>	<i>externa marknader</i>
Kulturmiljö som <i>objekt</i>	Kulturmiljö som <i>infrastruktur</i>
<i>produkt</i>	<i>marknad</i>
<i>profilskapande aktiviteter</i> <i>rumsliga aktiviteter</i> <i>organisatoriska aktiviteter</i>	

Figur 5: Nyckelbegrepp i arbetet med kulturmiljö och platsmarknadsföring.

I platsmarknadsföringens praktik tilldelas kultur (inklusive kulturmiljö) ofta en, mer eller mindre uttalad, roll för att bidra till ekonomisk utveckling, det vill säga kultursektorn tolkas som en ekonomisk sektor. Inget hinder föreligger emellertid för att i lika stor, eller i större utsträckning, se kultursektorn som en meningsskapande sektor i arbetet med platsmarknadsföring. Det handlar helt enkelt om vilka övergripande mål som ska vara vägledande i utvecklingsarbetet. På samma sätt måste avvägningar göras mellan externa och interna marknader. Det handlar med andra ord om att klargöra syfte och målsättningar med platsmarknadsföringsprocessen och hur olika mål hänger ihop och inverkar på varandra.

Att inkludera kulturmiljö i platsmarknadsföringsprocessen på ett systematiskt sätt kräver nya perspektiv på kulturmiljö och på relationen mellan produkt och marknad. Kulturmiljövården i samhällsplaneringen präglas av tradition av ett produktorienterat angreppssätt där kulturobjekt och avgränsade miljöer står i fokus. Att se kulturmiljö som infrastruktur ger underlag för att i stället sätta olika (interna och externa) marknaders behov och önskemål i fokus i platsmarknadsföringen.

Avslutningsvis handlar det inte minst om att i arbetet med platsmarknadsföring uppmärksamma samspelet och samordningsbehovet mellan profilskapande, rumsliga och organisatoriska aktiviteter. Platsmarknadsföring är mycket mer än bara en fråga om profilering av platser i syfte att attrahera nya invånare, företag och investeringar samt besökare och turister. I själva verket kan platsmarknadsföring ses som en övergripande planeringsteori och planeringspraktik.

## Litteratur

*Olsson, K.* (2003) *Från bevarande till skapande av värde. Kulturmiljövården i kunskapssamhället*. Stockholm: KTH.

*Olsson, K. och Nilsson, E.* (2005) Konflikter och strategier i marknadsföringen av städer. Ingår i Pilvesmaa, M-L. (red.) *Attraktivitet – hur och för vem?* Rapport från Riksantikvarieämbetet 2005:5.

*Olsson, K.* (2006) *Bilden av Ystad – en studie av värderingar kring Ystads bebyggelsemiljöer*. Stockholm: KTH. Utkast till arbetsrapport 2006-05-17.

*Olsson, K. och Berglund, E.* (2006) Challenges in city marketing practice and theory. Ingår i *Destinations and locations: Exploring the Multiple Identities of Place*, CIRM 2006, 6–7 september. Manchester: Manchester Metropolitan University.

*Olsson, K.* (kommande, 2008). Heritage management in urban development planning. Ingår i Haas, T. (red.) *New Urbanism & Beyond: Contemporary and Future Trends in Urban Design*. New York: Rizzoli.

*Olsson, K.* (kommande) Cultural Heritage Management in the Knowledge Society. Ingår i Sörlin, S. och Vestheim, G. (red.) *Culture in Knowledge Society*.

# Olofsfors bruk – samarbete mellan kulturmiljö, hantverk, kulturaktiviteter, boende, restaurang och konferens

**Karin Eriksson**

Sirpa Kärki höll ett föredrag under denna rubrik. Här följer Karin Erikssons sammanfattning av detta föredrag.

## Inledning

Olofsfors ligger vid Leduån – två kilometer från havet, sju kilometer från Nordmalings samhälle, mitt emellan Umeå och Örnsköldsvik. Samhället tillhör Västerbottens län, men ligger i landskapet Ångermanland.

Olofsfors bruk från 1762 är ett av landets bäst bevarade järnbruk med bland annat stångjärnshammare, manufaktursmedja, masugn, dammar, kvarn och skolhus. Här finns också bostadshuset kvar, både arbetarbostäder och herrgård. Arbetarbostäderna är nu privatägda och bebodda året runt – flera ligger samlade vid den välbevarade bruksgatan.

Herrgården och ett tjugotal museala byggnader tillhör Stiftelsen Olofsfors bruksmuseum, som sedan 1979 ansvarar för deras bevarande och för att sprida kunskap om brukets historia. Smedjorna med sin utrustning är väl iordningställda – här kan man bland annat få se en vattendriven stångjärnshammare med blåsmaskin! Brukshandeln är inredd till informationscentrum, Kulturum, med en permanent utställning om arbete och liv vid bruket genom tiderna.

Vissa av stiftelsens byggnader har under åren delvis inretts för att kunna utnyttjas för olika kulturella aktiviteter. I masugnsbyggnaden finns plats för utställningar och scenarrangemang, i manufaktursmedjan och snickeriet finns ateljéer för konsthantverkare. Herrgården fungerar som restaurang. Bruksladugården och Brukskontoret strax intill, som ägs av en privatperson, drivs som konferensanläggning/kursgård.

I anslutning till den gamla bruksmiljön, men på behörigt avstånd ligger Olofsfors AB:s industriområde, ett framgångsrikt stålföretag med rötter i järnbruksrörelsen. Där tillverkas nu traktorband till skogsmaskiner och vägghyvlar med mera.

## Organisation, finansiering

Bildare av Stiftelsen Olofsfors Bruksmuseum 1979 var Nordmalings kommun och företaget Masonite AB, som ägde de museala byggnader som man var överens om att rädda och bevara för framtiden. Olofsfors AB, som efterträtt företaget, lämnade i sin tur stiftelsen 2003, då i

stället en stödstiftelse trädde till som part i stiftelsen.

Samverkan med Västerbottens museum har genom åren varit garanterad genom att en plats styrelsen är reserverad för länsmuseumchefen.

Sedan 1996 har stiftelsen en fast anställd intendent med ett ansvar för stiftelsens egendom och verksamheten. Intendenten ska också ha en samordnande roll bland övriga aktörer på bruksområdet.

Bidrag till driften kommer till större delen från Nordmalings kommun, men dessutom från avkastningen av en donation från stödstiftelsen. I övrigt kommer stiftelsens inkomster från uthyrning av vissa byggnader helt eller delvis, från entréer och guidade visningar, från museibutik och kafé samt från vissa uppdrag från bland annat kommunen.

I budgeten för 2007 finns fyra fast anställda upptagna: intendenten på 75 procent, en byggnadsvårdsansvarig på 100 procent och två lönebidragsanställda på 50 procent, som medverkar i administration och vaktmästaruppgifter.

Speciella aktiviteter – exempelvis marknader, scenarrangemang, utställningar – har varit möjliga att genomföra tack vare sponsring från olika håll. Genom det stora EU-projektet 2001–2006, som beskrivs längre fram, har denna utåtriktade verksamhet kraftigt ökat.

## Renoveringsarbeten

Under 1980- och 90-talen var stiftelsen framförallt inriktad på att rädda de förfallna verksbyggnaderna och sätta dem i presentabelt skick. Att ge den stora masugnsbyggnaden ett nytt plåttak var den första insatsen. Så följde stångjärnssmedjan med dess vattenränna och vattenhjuldrivna hammare. Och sedan renoverades byggnad för byggnad, så att anläggningen idag kan sägas vara välskött.

Upprustningarna har till största delen finansierats med statsbidrag. Olofsfors bruk är den kulturmiljö i Västerbottens län som ligger i topp, när det gäller bidrag från Riksantikvarieämbetet och Länsstyrelsen/Kulturmiljö. Men också stora belopp beredskapsmedel och på senare år också EU-medel har möjliggjort att denna industrimiljö nu är räddad för framtiden. Men det går inte att slå sig till ro, nya renoveringsbehov uppkommer hela tiden.

Också Nordmalings kommun bidrar till upprustningen och underhållet av bruksmiljön i stort. För att få

vissa av byggnaderna uthyrningsbara har särskilda bidrag lämnats genom åren från stat och kommun.

## Information om brukets historia

Sedan länge har stiftelsen arrangerat guidade turer i bruksmiljön för allmänhet och skolor. En större satsning på mer ingående turistisk information om Olofsfors bruk genom tiderna gjordes på 1990-talet inom ramen för det natur- och kulturturistiska projektet Sevärt i Västerbottens län. I handelsboden inreddes ett besökscentrum – Kulturum – med en utställning om järnframställningen vid bruket sedan 1762, men också om livet på bruket och bruksbornas vardagssysslor. Utställningen kompletterades av en småskrift att ta med som minne från besöket.

## Projektet "Att bevara, bruka och berika ett kulturarv – Olofsfors bruk"

Perioden 2001–2007 har ett utvecklingsarbete för Olofsfors pågått, i form av ett EU-projekt kallat "Att bevara, bruka och berika ett kulturarv".

Vid seminariet "Industrihistoriska kulturarv i regional utveckling" berättade Sirpa Kärki om sina erfarenheter som intendent vid Olofsfors bruk och som projektledare. Sirpa har en fil.kand. i kulturhistoriska ämnen och erfarenhet av arkeologi och museiarbete. Hon har också arbetat med kultur- och näringslivsfrågor på det kommunala planet och beskrev sig själv som "en entreprenör".

Sirpa tecknade upp hur verksamheten vid Olofsfors kan liknas vid en flergrenig planta (bevara, bruka, berika), som växer upp ur myllan (verksamhetsmål och andra grundförutsättningar), slår ut i full blom (en växande publik) och går i frö (ger en behållning), som åter kan sättas i myllan.

Trots allt behövs också regn och sol (bidrag från det offentliga), för att det hela ska fungera. Ett av projektmålen har ändå varit att stiftelsen på sikt ska bära sina egna kostnader.

EU-projektets första gren innebar praktiska insatser för att *bevara* den historiska bruksmiljön med dess byggnader, verkstäder och föremål. En byggnadsvårdsplan och en markvårds- och skötselplan togs fram som grund för de konkreta åtgärder som kunde komma igång etapp för etapp tack vare projektet. Problemet med att registrera, vårda och förvara de många föremålen uppmärksammades också. Stiftelsen fick också möjlighet att börja ta tag i frågan om inventering av fotografier och andra arkivalier. Slutligen ägnade projektet ett särskilt intresse åt att samla in och bevara också de muntliga berättelserna från industriepoken.

Att *bruka* kulturarvet i Olofsfors var att fortsätta på den inslagna vägen att hitta lämplig användning för byggnaderna och miljön. I första hand har de gällt som

## ... ett kulturarv - Olofsfors bruk

- Stiftelseurkund 1979
- Många fastigheter och mycket gröna ytor = kostnader som ska täckas
- Mål 1 projekt 2001



arena för kulturella arrangemang och som hantverksateljéer. Flera nya lokaler har kunnat iordningställas genom projektet. På så sätt har hyresintäkterna till stiftelsen också ökat. Att utnyttja industrimiljön för att öka intresset för vår historia är ett annat mål. Bättre informationsmaterial för barn och vuxna har tagits fram och skyltningen har blivit tydligare.

Aktiviteterna under momentet *berika* syftar till att göra industriminnet Olofsfors – som i sig självt har en stark dragningskraft – ännu mer attraktivt för olika kategorier besökare. Konsthantverkare som etablerat sig i Olofsfors och som håller sina verkstäder öppna sommartid, har bidragit till att antalet besökare till området ökat. Projektet har möjliggjort utställningar, berättaraftnar, teaterföreställningar och konserter. Därtill kommer marknader och mässor. En stor fördel för stiftelsen är att ansvaret för kursgårdsverksamheten och restaurangen legat på andra intressenter.

## Arbetsätt

En viktig princip för verksamheten under projekttiden har varit att hålla ihop insatserna under ett paraply. Därför har ett bruksråd bildats, där alla som har sin verksamhet här regelbundet träffas och planerar tillsammans. Stiftelsen står som huvudman, men alla är aktiva, väl medvetna om att det är en förmån att arbeta på denna plats. Olofsfors bruk har blivit ett varumärke som står för vår historia, kreativitet, kultur och kvalitet. Detta ska genomsyra allt – från design av soptunnor till varorna i museibutiken, från menyn i herrgårdsrestaurangen till de olika konsthantverkarnas alster.

Sammanhållningen markeras genom gemensam marknadsföring och gemensam grafisk profil. På brukets hemsida presenteras inte bara miljön och historien, utan också olika aktiviteter och händelser. Och de olika konsthantverkarna på bruket.

En annan metod för att nå resultat i projektet har varit att söka kontakt med intressenter också utanför bruket. Man har arrangerat diskussioner och träffar med föreningslivet och med politiker lokalt och regionalt. Projektet Sevärt i Västerbotten har varit till stor

hjälp och värdefullt stöd har kommit från ArbetSam, Arbetlivsmuseernas samarbetsråd.

Antalet besökare under 2006 var 13000 i kaféet, 5000 i utställningarna och 2000–3000 på julmarknaden. Det gör 15000–20000/år. I december 2006 fick Olofsfors en utmärkelse som bästa besöksmål i Umeåregionen.

## **Ekonomiskt resultat**

Den ekonomiska sammanställningen för projektet är nu inte färdig, men Sirpa kom med några reflektioner kring resultatet. Målet att bli självförsörjande har inte uppnåtts. Intäkterna har ökat men räcker ändå inte till för driften. Å andra sidan har de offentligfinansierade museerna inte krävt på sig att helt stå på egna ben.

Det är svårt att beräkna vilken betydelse de industrihistoriska besöksmålen har för samhällsekonomin. Den större delen av intäkterna kommer nämligen inte besöksmålet tillgodo, utan hamnar indirekt i andra händer. Till exempel i bensinmackar, restauranger, hotell och butiker. Men utan sevärdheter ingen turism! Sevärdheterna måste betraktas som en del av besöksnäringens infrastruktur, vilket motiverar ett samhällsstöd.

Stat och landsting kan inte stå för driftskostnader, men väl gå in som medfinansiärer i olika projekt. En kulturmiljö av riksintresse som Olofsfors har dessutom goda möjligheter att få förmånliga kulturmiljöbidrag via länsstyrelsen. Stöd till själva driften kan bara lämnas av kommunerna.

## **Dagsläget**

Avslutningsvis gav Sirpa en rapport från i dag. Projektet är avslutat, men en ny utvecklingsfas har redan börjat. Stiftelsen har sökt medel för en förstudie med väl förberedda konkreta utvecklingsåtgärder. Det gäller bland annat att inreda fler uthyrningsbara ateljéer.

Stiftelsen skär annars ner många av sina aktiviteter. Eller kanske man kan tala om Outsourcing. Två nya bolag startar nu. Ett Incoming-bolag som kommer att ta hand om kursgården och bokning för restaurangen, som får en ny entreprenör. Detta bolag kan också sälja tjänster till stiftelsen. Det andra bolaget har tagit sig an kafé och museibutik, som under projektperioden drivits i stiftelsens regi.



# Regional profilering och varumärkesbyggande – motiv och strategier i landsbygdsregioner

*Susanna Heldt Cassel*

Marknadsföringen av platser och regioner är en allt mer vanligt förekommande verksamhet idag. Konkurrensen mellan regioner som vill profilera sig som turistområden hårdnar och allt mer kraft läggs ned på att skapa attraktiva varumärken.

I stort sett varje kommun arbetar för att hitta en så attraktiv image som möjligt för att stå sig i konkurrensen och sätta sitt namn på kartan. En central fråga gäller vad det är för resurser som regioner konkurrerar om. Är det så att konkurrensen mellan kommuner är ett nollsummespel där endast några kan bli vinnare eller kan alla kommuner vinna på att marknadsföra sig och försöka framstå som attraktiva?

Det finns olika typer av marknadsföring av regioner som exempelvis en kommun. För det första kan det vara fråga om turistisk marknadsföring, där resursen som orter och områden konkurrerar om, helt enkelt är potentiella besökare. För det andra kan det vara företag som ska lockas att flytta eller etablera sig på en viss ort exempelvis på grund av billiga lokaler, bra företagsklimat eller kompetent arbetskraft. Förutom turister och företag så försöker svenska kommuner i allt högre utsträckning också locka nya invånare. Det är inte minst små kommuner i landsbygds- och glesbygdsområden som satsar på att marknadsföra sina kvaliteter för att försöka öka sin befolkning eller undvika att befolkningen i kommunen minskar. Argument som används för att locka nya invånare till lands- och glesbygdskommuner är främst bra och billigt boende, trygg miljö för barn, vacker natur samt bra service och omsorg.

Förutom dessa tre huvudsakliga inriktningar kan man också lägga till en fjärde form av marknadsföring av kommuner och regioner som är mer av indirekt karaktär, nämligen intern marknadsföring. Genom olika typer av åtgärder försöker vissa kommuner att vända negativa attityder hos den egna befolkningen. Motivet till detta är att kommunen anses ha en negativ image som behöver bytas ut eller förändras för att området ska kunna bli attraktivt. Detta görs dels för att de invånare som redan bor där ska trivas, dels också för att de ska bli goda "ambassadörer" för sin kommun.

Gemensamt för alla platsmarknadsföringsåtgärder är att de syftar till att öka och föra fram ett områdes attraktivitet ur olika aspekter. Konkurrensen mellan regioner handlar således om att framstå som så attraktiv som möjligt i jämförelse med andra områden oavsett om åtgärderna riktas mot turister, företagare, nya eller gamla invånare.

## Att bygga en regional profil

Marknadsföringen av regioner bygger på att en profil för området tas fram och att den lyfts fram och kommuniceras med hjälp av olika enkla budskap. Områdets profil knyts till ett fåtal ord och bilder som associerar till något positivt för den målgrupp som valts ut för profileringen.

För att en regional profil ska vara slagkraftig och effektiv får den inte bli för komplicerad och därför inte heller särskilt nyanserad. Detta innebär att ett urval av möjliga sätt att representera en viss plats måste göras. Vilka ord och vilka bilder för tankarna till de känslor och upplevelser som marknadsförarna vill att platsen ska förknippas med?

Om den region som ska marknadsföras redan är känd för något eller har en särskild image sedan tidigare måste den nya profil som skapas på något sätt knytas till den etablerade bilden av platsen för att profilen ska framstå som trovärdig. Det går inte att använda vilka ord och bilder som helst bara för att de knyter an till positiva associationer. Då riskeras att motståndet mot marknadsföringsbilden i ett senare skede blir stort och marknadsföringskampanjen får motsatt effekt hos vissa grupper (se Braunerhielm, 2006; Heldt Cassel, 2003).

Det är inte alla platser som har en etablerad image eller är vida kända för något sedan tidigare. Det kan till och med vara så att den plats som ska profileras har en negativ image att dras med. I dessa fall måste den nya image som skapas laddas om, det vill säga riktas åt ett nytt håll så att nya och attraktivare egenskaper läggs till. I vissa fall har även kommuner valt att tvätta bort sin gamla image och introducera en helt ny.

## Skärgårdsregionens profilering

I skärgårdsregionen mellan Stockholm och Åbo har ett projekt för att profilera och marknadsföra skärgården utåt genomförts. Projektet Skärgårdssmak innebär att en tydlig image skapades som delvis knöt an till de bilder och föreställningar som redan sedan tidigare fanns etablerade kring skärgården.

Profileringen av skärgårdsregionen gick till på följande sätt: Först definierades tydligt det område som profilen skulle gälla för, det vill säga skärgårdsregionens gränser ritades ut på kartan. Därefter etablerades begreppet skärgård som det bärande ordet i profilen, då

skärgård är ett ord som redan hade en betydelse och som också associerades till exempelvis positiva upplevelser och vackra landskapsbilder.

Ordet skärgård hårdlanserades och knöts dels till gamla välkända bilder och verksamheter, såsom fiske, sjöfart och sommargästernas liv, dels också till en del nya som passade in i projektets mål och intresseområde, nämligen restaurangverksamhet och exklusiv matturism. Ordet skärgård användes för att beskriva platser, men också för att beskriva kvalitet på matupplevelser och på specifika känslor som skulle förknippas med området. Profileringen av skärgårdsregionen ledde genom projektet Skärgårdssmak fram till ett utarbetat och välavgränsat varumärke för hela regionen (Heldt Cassel, 2003).

## **Sökandet efter unika och attraktiva egenskaper**

Andra regioner och kommuner har inte samma målinriktade och specifika inriktning som skärgårdsregionen och projektet Skärgårdssmak hade på sin profilering. Många kommuner har svårt att hitta de unika och smala profilerna som skulle kunna attrahera exempelvis turister. En av orsakerna till detta är att en kommun har fler intressen att ta hänsyn till än till turisternas. Ofta försöker kommuner marknadsföra sig till både turister, nya invånare och till nya företag samtidigt. Dessutom ska kommunens profil gärna vara förankrad hos invånare och bygga vidare på etablerade föreställningar om det unika hos platsen. Då blir profilen, i den mån det går att tala om en profil, väldigt spretig och mångfacetterad.

Om man går igenom landsbygds- och glesbygds-kommuners marknadsföring på Internet via de officiella hemsidorna så framträder en ganska likartad bild. De flesta kommuner utanför storstadsområdena lyfter fram liknande egenskaper och argument i sin marknadsföring. Om man bara tittar på den turistiska marknadsföringen, det vill säga de bilder och ord som används för att försöka locka besökare, så är de helt dominerande budskapen vacker natur, möjlighet till friluftsliv och aktiviteter i naturen, till exempel jakt och fiske, lugn och ro samt upplevelser av områdets historia och kultur. Ofta i form av industriella kulturarv eller kulturella produkter med koppling till specifika traditioner såsom mat eller konsthantverk. I marknadsföringen av landsbygdskommuner riktad till nya invånare så är det främst bra boendemiljöer, service och möjligheten till pendling till större arbetsmarknader som lyfts fram. Nedan tar jag upp två exempel på små kommuner i Bergslagen som valt olika strategier för sin marknadsföring utåt.

## **Ljusnarsberg – ett guldkorn mitt i Bergslagen**

Ljusnarsbergs kommun är en liten kommun i norra Örebro län, med 5300 invånare. Kommunen har som många

andra kommuner i Bergslagsområdet drabbats hårt av rationaliseringar inom industrin med hög arbetslöshet som följd. I Ljusnarsberg minskar befolkningen stadigt. Det är särskilt unga människor som lämnar kommunen och födelsetalen är låga (Ljusnarsbergs kommun, 2005).

I en omvärldsanalys som kommunen genomfört som underlag för utvecklingsstrategier, konstateras att några av kommunens styrkor är den vackra naturen, ett rikt utbud på fritidsaktiviteter och möjligheter till friluftsliv, bra uppväxtmiljö för barn, tryggt, lugnt och god kommunal service. Dessa positiva egenskaper framhålls av många kommuner av liknande storlek och läge. Den vackra naturen som den mest positiva resursen ger dessvärre inte så många skattekrönor till kommunen men ses som en möjlighet för vackra boendemiljöer, god livskvalitet och utökad turism (Vision 2010, 2005).

En viktig strategi för Ljusnarsberg är att försöka locka fler företag och fler invånare att flytta till kommunen. Detta gör man bland annat genom att marknadsföra kommunen utåt via hemsidor och broschyrer. Kommunens hemsida innehåller också ett par reklamfilmer om möjligheterna att bosätta sig i Ljusnarsberg. Kommunen bedriver också riktade kampanjer till före detta unga Ljusnarsbergsbor, som ska lockas tillbaka när de skaffat sig utbildning och är i familjebildande ålder.

Kommunen planerar att öka sina satsningar på marknadsföring. Enligt marknadsföringsstrategin som antogs i kommunen 2006 ska insatserna ökas och fokuseras på ett budskap som ska gälla för alla målgrupper. Budskapet och ledordet ska vara ”enkelt”. Marknadsföringen ska lyfta fram att det är enkelt att hitta bostad, enkelt att starta företag, enkelt att komma till Ljusnarsberg och enkelt att leva där et cetera. (Marknadsföringsplan, Ljusnarsbergs kommun 2006-02-15).

Den generella turistiska profilen byggs upp av vackra naturbilder och berättelser om upplevelser av stillhet, vildmark och intressanta kulturmiljöer. De besöksmål som marknadsförs är förutom skidbacke, golfbana och fiskesjöar i stor utsträckning knutna till de gamla bruksmiljöerna, med bland annat herrgårdar och hyttor (Ljusnarsbergs hemsida 2006).

Sammanfattningsvis använder sig Ljusnarsberg av precis de argument och associationer i sin marknadsföring som flertalet mindre landsbygdskommuner använder sig av för att försöka framstå som attraktiva. En kommun som valt en annorlunda och unik strategi är Ljusnarsbergs grannkommun, Hällefors.

## **Hällefors – från ståltid till måltid**

Hällefors kommun ligger söder om Ljusnarsberg, också i Örebro län. Hällefors har under lång tid varit en utpräglad industrikommun och har fortfarande kvar viss ståltillverkning. Hällefors hade på 1960-talet 12 300 invånare och år 2005 endast 7 631 invånare (Statistiska centralbyrån, 2005). Liksom Ljusnarsberg ligger kom-

munen i botten på listan över invånarnas utbildningsnivå i Sverige. Låg utbildningsnivå, höga sjukskrivningstal och stor utflyttning är en bild som kan ges av Hällefors, liksom av flera andra så kallade bruksorter (Arena för tillväxt 2003).

Fram till 1991 var Hällefors en utpräglad bruksort med ett stort stålverk. År 1991 lades stålverket oväntat ned och 1993 inträffade något som fick stor betydelse för kommunen på flera sätt. Slutet på den industriella epoken markerades genom att 140 kinesiska arbetare kom till Hällefors och monterade ned hela det nedlagda stålverket för vidaretransport till Kina. Detta sågs som en vändpunkt. Depressionen i kommunen var nattsvart, arbetslösheten skyhögt och utflyttningen tog ordentlig fart. Samma år introducerades en ny byggnad i kommunen, nämligen Måltidens hus i Grythyttan, som är grannort till centralorten Hällefors. Det var entreprenören och gästgivaren Carl-Jan Granqvist som arrangerat en flytt av denna spektakulära byggnad från världsutställningen i Sevilla till Grythyttan. Byggnaden är numera centrum för Restauranghögskolan som tillhör Örebro universitet och här finns också bland annat ett måltidsbibliotek (Hällefors hemsida, 2006).

Den forna industriella eran har helt tonats ned och i stället fokuseras uppmärksamheten i Hällefors sedan mitten av 1990-talet på att bygga upp en ny profil, med hjälp av satsningar på högskolan, ett måltidskluster för företag inom livsmedelsbranschen samt satsningar på upplevelser inom måltidsområdet. Ett utvecklingsbolag bildades som kallas Måltidsupplevelser i Grythyttan AB och därtill ett destinationsbolag under namnet Destination Grythyttan. Dessa bolag satsar hårt på extern marknadsföring, som indirekt är knuten till Hällefors kommun.

Utvecklingsstrategin i Hällefors kommun brukar sammanfattas i kommunens slogan: ”From Steal to Meal”, eller på svenska: ”Från ståltid till måltid”. Hällefors kommuns image är helt och hållet baserad på kommunens övergripande utvecklingsstrategi, transformationen från ståltid till måltid. På startsidan på Internet möts man av tre klickbara ledord, nämligen måltid, design och teknik. Kopplingarna till ortnamnet Grythyttan görs konsekvent. Förutom information om företag och upplevelser inom måltidsområdet, med kopplingar till ortnamnet Grythyttan återfinns också en mer traditionell välkomsttext för besökaren på sidan som informerar: ”Hällefors är en Bergslagskommun med ett sjörikt kuperat skogslandskap som erbjuder rika möjligheter till friluftsliv och rekreation” (Hällefors hemsida 2006).

## Avslutande reflektioner

Problemet med att välja ut och föra fram en smal och spetsig bild av en region eller kommun, som i exemplet från skärgården och Hällefors är att den image som förs fram sällan är förankrad bland lokalbefolkningen. Om den image som skapas inte är tillräckligt kopplad till

platsens historia och till invånarnas identifikation med platsen så kan lokala konflikter lätt bli en effekt av en utåt sett mycket framgångsrik profilering (Heldt Cassel, 2003).

En slagkraftig och unik marknadsföringsprofil för en kommun eller region riskerar att komma lång ifrån människors egna erfarenheter av platsen och kommer då att ”flyta ovanpå” och aldrig riktigt nå acceptans lokalt. Detta kan bli ett stort problem när det gäller den turistiska marknadsföringen eftersom turismens aktörer, turistföretagare, är de som förväntas stå för och sälja den bild av platsen som förs fram. Samtidigt så är det så att profilering av regioner och kommuner med nödvändighet bygger på att framställa smala och ensidiga bilder av platsen. Om platsen beskrivs på ett nyanserat och komplicerat sätt så får ju inte området någon profil värd namnet.

Väljer ett område en smal profil riskerar man alltså lokala konflikter och att bilden av regionen inte anses överensstämma med verkligheten. Å andra sidan är valet av en bred och allmänt accepterad profil, som innehåller vacker natur, friluftsliv och lugn och ro, inte särskilt spännande eller annorlunda. Hur stor är marknaden för vacker natur, friluftsliv eller industrihistoriska miljöer?

Likriktningen är stor när det gäller vilken typ av regional särart som lyfts fram i marknadsföringen av destinationer i landsbygdsområden. Det finns anledning att fråga sig hur stort utrymmet till profilering egentligen är och om alla regioner kan bli vinnare i den allt hårdare konkurrensen om exempelvis kulturturisterna. Om det bara är så att svenska kommuner konkurrerar med varandra – leder då jakten på attraktivitet till egentlig utveckling eller är det bara en omfördelning av resurser mellan områden?



## Litteratur

*Arena för tillväxt 2003*. Kunskapssamhällets geografi. Rapport nr 2-03. Stockholm: Arena för tillväxt.

*Braunerhielm, Lotta*, 2006. Plats för kulturarv och turism. Grythyttan – en fallstudie av upplevelser, värderingar och intressen. Doktorsavhandling, Karlstads universitet, Fakulteten för samhälls- och livsvetenskaper, kulturgeografi. Karlstad University Studies 2006:12.

*Heldt Cassel, Susanna*, 2003. Att tillaga en region. Den regionala maten i representationer och praktik: exemplet Skärgårdssmak. Geografiska regionstudier nr 56. Kulturgeografiska institutionen, Uppsala universitet.

*Marknadsföringsplan*, Ljusnarsbergs kommun, 2006.

*Vision 2010*, 2005. Visionsdokument Ljusnarsbergs kommun.

## Internet

*www.ljusnarsberg.se* Ljusnarsbergs kommuns hemsida, 2005. Befolkningsstatistik.

*www.hellefors.se* Hällefors kommuns hemsida, 2006.

*www.scb.se* SCB, Statistiska Centralbyrån, 2005. Befolkningsförändringar i kommuner, 1950–2004; Befolkning och utbildningsnivå i kommuner, 2004; Sysselsatta efter näringsgrenar, 2004.

# Evenemangsutveckling på Norrbyskär

*Björn Halling*

Norrbyskär är en grupp öar cirka 1 kilometer utanför kusten mellan Hörnefors och Nordmaling i Västerbottens län. På dessa öar byggde Mo och Domsjö AB ett av Europas största sågverk i slutet av 1800-talet. Verksamheten nådde sin kulmen på 1920-talet och vid den tiden var cirka 1400 människor verksamma här. I dag finns endast 3 bofasta. Öarna blir dock allt mer intressanta som turist- och utflyktsmål och under vår, sommar och höst fylls Norrbyskär av fritidsboende och pendlare. Ungefär 40 000 personer besökte öarna 1997.

Målsättningen med projektet Norrbyskär är att tillvarata och informera om den unika kulturmiljö sågverkssamhället skapade samt att skapa en unik kulturturistisk attraktion med aktiviteter, sevärdheter och upplevelser för alla åldrar. I projektet ingår bland annat att producera en informationsskrift, skapa ett kulturhistoriskt äventyrslandskap för barn som anknyter till industri och bebyggelse på Norrbyskär och producera en basutställning om livet på Norrbyskär i gamla tider.

En genomförd förstudie syftade till att utveckla flera olika program och verksamheter som kan ge kulturmiljön ett intressant och attraktivt innehåll. I ett första steg har man undersökt möjligheten att skapa ett årligen återkommande evenemangspaket bestående av en internationell barnkulturfestival och en mat- och hantverksmarknad. För att lyckas med evenemangen har man som bas arbetat med att i förstudien till projektet bygga upp nätverk av lokala föreningar, organisationer, entreprenörer, offentliga aktörer och egenföretagare som samarbetar för utveckling av sin egen verksamhet och av kulturturismen på Norrbyskär.

## Välkommen till Norrbyskärs museum!

Museimiljön erbjuder besökaren att leva sig tillbaka till skärens storhetstid när Europas största sågverk blomstrade och Frans Kempe skapade ett unikt mönstersamhälle. Verksamheten erbjuder god mat och trevlig miljö, en intressant utställning om livet på Norrbyskär, museibutik, konstutställning och Lilla Norrbyskär med lek och historiska äventyr för barnen.

Museet arbetar som mest med det stora bygg- och utvecklingsprojektet som pågått under snart fyra år, Kulturturistisk utveckling av Norrbyskär. Projektets viktigaste finansörer är Umeå kommun, Länsstyrelsen, Landstinget, Länsarbetsnämnden och EU:s Mål 1. Under hösten 2004 uppfördes såghuset, som varit en gigantisk

byggnad och i skala 1:3 blev huset 21 meter långt och 13 meter brett. Här byggs nu en spännande och lärorik aktivitet med historisk anknytning som även anpassas för barn med funktionshinder. Idéerna till denna aktivitet är inspirerade av Äventyrshuset Boda borg och Fångarna på Fortet. Den här delen av projektet genomförs med stöd ur Allmänna arvsfonden. Mål 1-projektet har fått en förlängd projekttid och fortsätter en bit in på 2007. Kvarvarande arbete består i att slutföra visst arbete med uppförda byggnader, färdigställa kajer, anlägga gångvägar och grönytor samt att plantera träd och buskar.



Föreningen KFUK-KFUMs Norrbyskärläger bildades 1983 och styrelsen för KFUK-KFUM i Övre Norrlandsregionen överlät ägandet av byggnaderna. MoDo skänkte marken vid lägergården och utlovade att Verksamheten fick nyttjanderätt av Stengrundet för föreningens aktiviteter. Det första fordonet, en Massy Harry årgång 1947, köptes av Persson i hus nummer 14½. Fram till dess hade alla matvaror, lägerpackningar och allt byggnadsmaterial dragits på Hulda, vår pålitliga förlängda cykelkärra. Alla lägerbyggnader renoverades och byggdes om. Jagaren & Kaparen som inrymde ett rum i väster och rum och kök med järnspis i öster revs på grund av problem med hästmyror och nuvarande Kaparen byggdes. Tomtebo, pastors- och vaktmästarbostaden som tillhörde kappellet revs också på grund av hästmyrornas våldsamma framfart och nuvarande Tomtebo med dubbelt så stor yta byggdes. Verksamheten investerade i nya byggnader, en kornbod och en timmerlada vid ödegården Risbränna mellan Åsele och Junsele. Med hjälp av ideella krafter plockades husen ned och under stor dramatik, som kräver en egen historieberättelse, fraktades timret till Norrbyskär. Först byggdes Kolarkojan upp av korn-

boden och sen byggdes Smedjan på delar av grunden till lösarbetarbostaden Österrike. Praktikus och föreningens vaktmästare Bertram Andersson och Clas Johansson hade fram till dess sitt tillhåll i fyrens bod där verktyg, rör, el- och byggnadsmaterial trängdes i en ofta önskad röra. Bodlängan som då var oisolerad var ingen särskilt trevlig arbetsplats för vaktmästarna under vinterhalvåret. Verkstan byggdes och skapade bättre möjligheter för underhållnings- och reparationsarbeten. Våren 1991 stod matsalen och köket färdigt efter renovering och utbyggnad. Nya bastun byggdes (1993), bodlängan isolerades och byggdes ut, Röda kvarn (1992) samt bostadshus 14½ (1995) köptes in och renoverades. Det var en intensiv och framgångsrik period med mycket fastighetsarbeten. Fram till byggandet av nya bastun lyckades Verksamheten finansiera alla investeringar utan lån.

Verksamhetsutvecklingen från enbart en lägergård till att bli en kurs & lägergård medförde bland annat att den helårsanställda personalen under 80-talet ökade från 0,25 till 5,5 personer. Verksamheten utvecklade ledarutbildningen med en ledartrappa från lasp till lägerchef eller instruktör och nya läger som Sällägar, Wabasso, Seglarläger och Friluftsläger för förståndshandikappade kom till. Samarbetet med socialförvaltningen utvecklades med feriehemsplacerade ungdomar, familjeläger för ensamstående mammor och avgiftningsläger på Snöan för missbrukande ungdomar som var på väg till Örträskkollektivet. Verksamheten provade även att återskapa ridlägren, nu i samarbete med Nordmalings ridklubb. Uthyrningen till skolor utvecklades till ett lägerskoleprogram med pedagogiska ambitioner. De första personalgrupperna som hyrde in sig för konferens var lärare och dagispersonal. I början av 90-talet byggdes Äventyrsbanan med låga och höga aktiviteter av David Quinlan från USA med hjälp av föreningens ledare. Klättertornet byggdes något år senare med hjälp av yrkessnickare, men utan ideella arbetsinsatser så hade projektet aldrig lyckats.

När MoDo skulle riva sågen och maskinhuset i mitten av 80-talet försökte Verksamheten få Umeå kommun, Norrbyskärs samfällighet och Länsstyrelsen med på ett bevarande. Rivningen av sågverket genomfördes men Länsstyrelsens kulturmiljöenhet och MoDo lovade att bidra med 100 000 kronor vardera om föreningen åtog sig att rädda maskinhuset från rivning. MoDo erbjöd sig dessutom att skänka marken runt maskinhuset till föreningen. För att inte äventyra föreningens verksamhet beslöt styrelsen att Verksamheten skulle bilda en stiftelse med målet att renovera maskinhuset och att i huset bygga upp ett museum om Norrbyskärs historia. Ture Månsson, Revirförvaltare inom MoDo, valdes till stiftelsen Mo Ångsågs första ordförande. Drygt tio år och en väldig massa kämpande senare hade Verksamheten glädjen att i maj år 2000 inviga den nya basutställningen "Livet på Norrbyskärs 1895–1952".

I slutet på 70-talet besöktes Norrbyskärs av cirka 8000 personer per sommar. Det var uteslutande lägerdeltagare, ledare, stugägare och besökare till dessa. An-

talet besökare har sedan dess hela tiden vuxit och var som mest 1995 med 38 000 besökare. Trots fler besökare har färjeförbindelsen under alla åren krävt driftsstöd av kommunen. När Sandström & Olofsson sålde sin rederirörelse till krafter i Stockholm hösten 1990 stod Verksamheten åter i samma situation som 1975.

Verksamheten arbetade intensivt tillsammans med Norrbyskärs samfällighet för att hitta en lösning men i slutet på mars 1991 fanns det fortfarande ingen lösning på färjetrafiken för säsongen. KFUM beslöt då att i samarbete med Nils Olofsson och med kommunalt driftsstöd starta ett nytt rederi för att rädda trafiken till Norrbyskärs. Kommunen beslöt dock att successivt sänka bidraget och Nils-Olof Olofsson såg inga möjligheter att driva verksamheten längre och sålde sin andel till föreningen. Efter många långa diskussioner med kommunen lämnade Verksamheten den 1 juni 1999 över sitt ägande av Norrbyskärsfärjan AB till Umeå kommun för en krona. Det är skönt och bra att Verksamheten kommit från den dominerande och som många uppfattade det negativa roll som den fick på Norrbyskärs i och med ägandet av färjebolaget. Det blev med tiden en otacksam uppgift att driva rederiverksamheten. Från början fick Verksamheten uppskattning för att den räddade en nedläggningshotad färjeförbindelse och verksamheten gick runt ekonomiskt men med tiden sänkte kommunen driftsbidraget vilket orsakade en höjning av entréavgifter och det visade sig ändå omöjligt att klara av att driva trafiken utan egna insatser från föreningen. Affären har helt klart påverkat föreningens ekonomi negativt, men i dag upplevs detta som en förutsättning för att verksamheten koncentreras mot dess kärnverksamhet.

De ekonomiska förutsättningarna för vår ideella verksamhet blev oerhört mycket tuffare under 90-talet på grund av de förändringar samhället genomgått. Föreningen har förlorat det kommunala bidraget och har till skillnad från andra ideella föreningar tvingats betala sociala avgifter för ideella arbetsinsatser och AMS har skurit ned bidragsnivån för anställda med lönebidrag. Föreningens inkomster från uthyrnings- och programverksamheten har dessutom sjunkit under de senaste åren.

From den 1 januari 2004 har styrelserna för KFUM Norrbyskärs och KFUM i Umeå beslutat att gå samman i en organisation under namnet KFUM Umeå. Det innebär att verksamheten omfattar läger för barn mellan 6 och 16 år på Norrbyskärs och Nydala, utbildning och socialt arbete och ett elevhem.

# Försvinnandets kultur och mumifieringen av en värld – om tidsångest och bevarandestrategier

Kerstin Smeds

Scenen är en mörk framtid där världen börjat falla sönder; vi bevittnar mänsklighetens solnedgång.<sup>1</sup> Jorden befolkas av två slags varelser; de små, vackra och godhjärtade Eloierna som bor i ljuset ovan jord, och de vitbleka grymma Morlockerna som bor i svarta underjordiska hål. Ibland dyker Morlockerna upp ovan jord, men bara för att trakassera och jaga Eloier, för att sedan äta upp dem.

Precis i skärningspunkten mellan dessa två underliga världar ligger en stor förfallen byggnad, ”The Palace of Green Porcelain”. Mitt i denna ruin tornar upp sig resterna av en otrolig samling märkliga ting i olika stadier av materiell upplösning: ett skelett av en brontosaurus, spår av vad som en gång varit uppstoppade djur, rostiga vapen, ett berg av maskindelar och apparater ... Överallt ligger dessa högar av avfall, obestämbara rester, bland annat böcker, som för länge sedan fallit i bitar och texterna har suddats ut.

Eloierna och Morlockerna har en enda sak gemensamt: bådadera är illitterata.

Detta mausoleum i upplösning är, säger författaren, ”monumentet över en intellektuell era”, för länge sedan försjunken i Tidens dunkel. Ruinen, The Palace of Green Porcelain, är ingenting mindre än The Museum of Natural History i London. Och författaren, ja det är H.G. Wells, som gav ut denna bok *Time-Machine* år 1895.<sup>2</sup>

\*

Wells skildring av en mänsklighet som drivit sig själv mot sin undergång är ett uttryck för den dystopiska kulturbild som var vanlig i slutet av 1800-talet, och som kulminerade i Oswald Spenglers kända verk *Der Untergang des Abendlandes*, som kom ut 1919.<sup>3</sup> Wells berättelse ger också en målerisk bild av det största existentiella problem som sysselsatt filosoferna sedan antiken, nämligen Tidens, och därmed Livets och Materiens försvinnande, upplösning. Vart tar livet vägen? Vad blir kvar? Det är detta försvinnande och denna kamp mot Tiden, mot förfallet, förruttnelsen och döden, som jag

1 Artikeln publiceras också i Kulturella Perspektiv nr 1/2007. Genom denna not stämmer notnumreringen i de två versionerna inte överens.

2 Denna Wells' koppling till museer blev jag påmind om av den brittiske forskaren Stuart Burch, som i sin tur tackar konstnären Duncan Mountford och dennes utställning *The Archive of Lost Knowledge*. Se Stuart Burch, *Sweden's memory: museums, monuments and memorials*. *Art Bulletin of the Nationalmuseum Stockholm*, 9/2002 s. 93–102.

3 På svenska Västerlandets Undergång.

här skauppehålla mig vid.<sup>4</sup> Och det är det som museerna, till syvende och sist, också sysslar med.

\*

Det finns två slags Försvinnanden i vår kultur. Å ena sidan det *vi inte vill* ska försvinna: Livet, Tiden, och vissa av livets materiella lämningar, som vi därmed försöker stoppa och bevara. Och å andra sidan *det vi vill* ska försvinna och därför gör oss av med, nämligen det vi själva dagligen, och i accelererande takt producerar genom våra liv och vår verksamhet, i form av exkrementer, rester, smuts, gift, sopor, avfall, avlagda, förbrukade ting. Att *minnas*, och att *glömma*. Att göra sig av med, kasta bort, gömma undan, och *samtidigt* bevara, stoppa, frysa ner – den här laddade dikotomin utgör drivkrafterna i våra liv, i västerlandets liv. Det är i skärningspunkten mellan dessa drivkrafter som jag tror att sanningen om vår existens ligger.

## Ruinen

Människan har levt med ruiner i alla tider. Förfallet och förruttnelsen har varit närvarande, in på knuten, och på ett naturligt sätt påmint våra förfäder om livets förgänglighet. Ruinerna har varit där som ett vittnesbörd om livets gång och naturens herravälde.

När blev förfallet traumatiskt? När blev försvinnandet ångestfyllt och problematiskt? Utan att här gå djupare in på själva tidsproblemet ur filosofisk synvinkel, vill jag konstatera att det skedde med naturvetenskapernas diversifiering och ”förnuftets” genomslag under hela 1700-talets lopp – det vill säga – då människan fick för sig att hon och hennes förnuft står över Gud och Naturen, och kan kontrollerna den: detta är ”det Cartesianska programmet för att behärska och äga Naturen”.<sup>5</sup> Med Foucault kunde man säga att ångesten sammanfaller med det ögonblick då progressionen, framåtskridandet, av Herder och Hegel<sup>6</sup> infördes i vårt sätt att hantera

4 Artikeln är en utarbetning och sammanslagning av två ”papers”: ett större ”key note” med samma titel på Nordnorske Museumsseminar i Tromsø den 22–23 oktober 2006, samt ett programutkast för en workshop ”Små museers Framtidsstrategier” skrivet av undertecknad i februari 2006.

5 Som Jean-Francois Lyotard säger i sin artikel ”Les immatériaux” i: *Thinking about Exhibitions*. Ed. by Reesa Greenberg, Bruce Ferguson and Sandy Nairne. Routledge, London & New York 2003 (f.ed.1996).

6 GWF Hegel, *Phänomenologie des Geistes*. (1807) och J.G. von Her-



och skriva historien på 1790-talet.<sup>7</sup> Med det tekniska och industriella 1800-talet, den ”snabba förändringens” genombrott, det vill säga moderniteten, blev denna livsängest verkligen akut.

Under hela 1700-talet grundade sig den blomstrande ruinromantiken ännu på det faktum att det *naturliga förfallet* bejakades; det var synligt, det var levande, pågående och närvarande, vilket väckte stor melankoli hos den europeiska intelligentian. När den brittiske ruinmålaren Hubert Robert ställde ut sina italienska ruinlandskap på Salongen i Paris år 1767, skrev Denis Diderot en lyrisk anmälan: ”Dessa ruiner är Vanitas nya röst ... de väcker upphöjda tankar och känslor. Allting försvinner, allting förgås, allting tar slut; endast gammal vittnesbörd blir kvar, endast Tiden går vidare. Hur futtig är inte min egen efemära existens jämfört med denna söndervittande sten”.<sup>8</sup> För att inte tala om de omvälvningar som människans handlingar ledde till. Robert målade också det berömda verket ”Louvren i ruiner” mitt i de turbulenta politiska tiderna år 1796.<sup>9</sup>

Den brittiske poeten Shelley skrev under sitt arbete med verket *Prometheus Unbound* till en vän från Rom:

“Never was any desolation more sublime and lovely.  
The perpendicular wall of ruin is cloven into  
steep ravines filled with flowering shrubs  
whose thick twisted roots are knotted in the rifts of the  
stones ...  
& the wild fig & a thousand nameless plants  
sown by the wandering winds [forming a] landscape  
like mountain hills intersected by paths like sheep  
tracks.”<sup>10</sup>

Förfallet pågår, Naturen tar över. Det är själva förvitreringen som inger Shelley och hans gelikar denna upphöjda existentiella känsla av *livsnärvaro*. I försvinnandet och ruinerna av det gamla Rom finner Shelley en försoning och ett hopp om framtiden, om att tyrannernas och despoternas skapelser försvinner och ger plats för någonting nytt: ”växtlighetens översvallande frodighet ... utlovar Naturens obönhörliga seger – en natur som är fruktsam, demokratisk och fri!”<sup>11</sup> Man nöjde sig som bekant inte heller endast med ”riktiga” ruiner. Ett av den romantiska parkens stående inslag på 1700-talet var de artificiella ruinerna, som skulle återknyta ägarens band till gångna tiders släktled och myter. Den första i England lär ha byggts 1729 i Cirencester Park.<sup>12</sup>

---

der, *Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit* (1784–91). Den statiska modellen av historiska kronologiska epoker ersattes med en dynamisk dialektisk modell där civilisationen utvecklades från en lägre nivå till en högre. Inte att förväxla med Darwins evolutionsteori.

7 Michel Foucault, *The Order of Things. An Archaeology of the Human Sciences*. New York, Vintage Books Edition, April 1994.

8 Diderot citerad i: Christopher Woodward, *In Ruins*. London 2001. s. 153.

9 *ibid.* s. 155.

10 *ibid.* s. 67.

11 *ibid.*

12 *ibid.* s. 126. För mer ruinromantik, se t.ex. Rose Macaulay's klas-

Långt in på 1800-talet pågår ruinromantiken. Gustave Flaubert svärmar över ruiner från sin ungdom, över hur naturen omfamnar och begraver människans verk så fort hon tagit sin hand ifrån det. Detta fyller honom med djup tillfredsställelse och fröjd.<sup>13</sup> ”Ingen ruin kan vara suggestiv för sin betraktares fantasi”, säger Christopher Woodward i sin fina lilla bok *In Ruins*, ”om inte dess dialog med Naturen är synligt levande och dynamisk.” Han går så långt som att påstå att ifall dagens antikvarier och arkeologer med sitt konserveringsnit och sitt restaurationsraseri hade hunnit till Rom före Shelley, så hade *Prometheus Unbound* blivit oskriven.<sup>14</sup>

Efter att man under hela 1700-talet ännu i fridfull kontemplation har betraktat förfallet runtomkring sig, låtit grisar och kor beta i kyrko- och slottsruinerna, använt dem som spannmålmagasin eller byggt hus av murarna, inträder så den stora Ångesten för tidens snabba flykt. Samtidigt organiserar sig historievetenskaperna i nationalstaternas tjänst. Staterna i Europa omformas ideologiskt, politiskt och territoriellt, med behov att bevisa sina nationella folkliga och kulturella rötter ända ner till hedenhös. Därmed inleds också det moderna bevaranderaseriet.

Efter att vi nu i 200 år vinnlagt oss om att konservera, stoppa förgängelsen, hindra förruttnelsen, har det visat sig att vi postindustriella människor ändå inte är nöjda. Vi har börjat rikta blickarna mot nya slags ruiner. Det verkar som om vi människor trots allt behöver SE förfallet, förgängelsen, för att kunna förhålla oss kreativt till Livet. Jag talar om den ”moderna ruinen”: det postindustriella landskapet, övergivna fabriker och anläggningar som står och vittrar sönder, bilsprot, övergivna platser, soptippar och fallfärdiga hus ... Vi dras som flugor till allt sådant där förgängelsen fortfarande *tillåts*. Ruinen finns faktiskt mitt ibland oss, den är viktig, på samma sätt som impediment i den urbana miljön är viktiga – dessa övergivna tomter som bara får stå och ”skräpa”, och som återerövrats av naturen.

Retoriken i förhållande till sopor är i dag mycket lik den som blomstrade i förhållande till ruiner på 1700-talet. Man sjunger det bortkastades lov, det som får ligga och rosta och förmultna:

“We can wail in the wind and our voices will be held  
as tremulous ghosts in the discarded remains. Fragments,  
small parts, brief windows, junk offers tiny constellations  
in the human cosmos. Junk writes our lives into being  
by becoming more than its material parts, straining against  
its definition as the detritus of existence. Junk is a spiritual  
elegy to survival, a testimony to a life lived ...”<sup>15</sup>

I dag ordnas redan turistresor till vissa av världens största soptippar (till exempel Fresh Kills utanför New York

---

siska verk *Pleasure of Ruins*. Weidenfeld and Nicolson, London 1953.

13 *Ibid.* s. 72.

14 *Ibid.* s. 69.

15 Så säger signaturen ”Celeste” på sajten: [www.peteashton.com/05/08/21/wasteland.html](http://www.peteashton.com/05/08/21/wasteland.html) (dat.2006-10-15).

– som för övrigt likt pyramiderna syns från rymden). Soptippen, framför allt sådan den var före källsorteringens tid, har blivit ett industriellt kulturarv bland andra. Sedan 20 år tillbaka finns det också en ny vetenskap för området: garbologi.<sup>16</sup>

Belysande för svenska förhållanden är den vilda debatt som uppstod kring ett stort och risigt bilskrotupplag på Kyrkö mosse i Tingsryds kommun i Småland i slutet av 90-talet. Efter mycket bråk mellan bland andra vissa antikvarier som ville ha bort skiten och dem som ville bevara den orörd av så väl städare som konservatorer, blev bilskrotan förklarad som kulturreservat – utan konserverande åtgärder.

## Arkivfeber

Mellan dessa här nämnda kulminationstider av ruinromantik infaller således det stora bevaranderaseriet, mumifieringen av våra kulturyttringar. Det är detta som Jacques Derrida kallar ”Arkivfeber”, och som han ser som ett sjukdomstillstånd hos moderniteten.<sup>17</sup>

Om vi i dag talar om världens ”musealisering” eller ännu bättre ”mumifiering”, kunde vi börja där, i det grekiska ordet *Arkhe*, arkivet. Detta är platsen där allting begynner, säger Derrida, platsen där makten har sitt ursprung och där den är noggrant dokumenterad; den makt som auktoriserar en början, sätter upp startpunkter och gör urval. Startpunkter, etapper och urval för vad? För Historien, alltså *historieskrivningen*, för dokumenteringen av det förflutna: för hur det var *innan* upprensningens och representationens regim hade införts.<sup>18</sup>

”It is to burn with a passion. It is never to rest, interminably, from searching for the archive right where it slips away. It is to run after the archive, even if there’s too much of it, right where something in it anarchivises itself. It is to have a compulsive, repetitive, and nostalgic desire for the archive, an irresistible desire to return to the origin, a homesickness, a nostalgia for the return to the most archaic place of absolute commencement.”<sup>19</sup>

Ett återvändande till den arkaiska platsen för en absolut begynnelse ...

Arkivet, och Historien, i bemärkelsen *Historieskriv-*

16 Grundades vid University of Arizona på 1980-talet av den berömda ”soparkeologen” Willam Rathje, som också skrev en bok om detta tillsammans med Cullen Murphy med titeln *Rubbish. The Archaeology of Garbage*. University of Arizona Press. Tucson 2001 (first ed. 1992); Jfr också Michael Thompson, *Rubbish Theory. The creation and destruction of value*. Oxford University Press 1979.

17 Jacques Derrida, *Mal d'Archive: un impression freudienne*. editions Galilée 1995. På engelska: *Archive Fever. A Freudian Impression*. University of Chicago Press. Chicago & London 1995. Här utnyttjas den engelska versionen.

18 Carolyn Steedman, *Dust*. Manchester University Press 2001. s. 1–7. Steedmans bok är en underbar skildring av historikernas förhållande till ”dammet” – till arkivet och dokumentationen av det förflutna.

19 Jacques Derrida, *Archive Fever*, s. 91.

ning, var de verktyg med vars hjälp sanningen om det förflutna skulle blottläggas. Historievetenskapen liksom arkeologin gjorde entré kring sekelskiftet 1800. Det förflutna, som dittills hållits levande genom det kollektiva Minnet och berättelser, skulle nu kartläggas och ordnas upp i en tydlig (vetenskaplig och taxonomisk) progression av händelser och epoker.

Historikern Pierre Nora menar att vårt medvetande och hela vår livsvärld under 1800-talets lopp därmed förlorade sitt kollektiva, kaotiska och kreativa Minne och blev ”historiografiskt”. Nora kallar detta det ”historiserande minnets terror” i vår kultur. Historien, den skrivna historien, formar och styr vår bild och vårt ”minne” av det förflutna.<sup>20</sup> Vi gör hårda urval, sorterar och dokumenterar och sorterar om igen. Det handlar om vad vi *vill* minnas, och vad vi vill glömma. Glömskans politik är minst lika viktig som hågkommelsen.<sup>21</sup>

\*

I västvärlden har dokumentationen och bevarandet av vår historia, vårt kulturarv haft en ackumulerande tendens. Arkivfebern startade redan kring franska revolutionen 1789, steg oroväckande under 1800-talet, museibildandets första stora decennium, och ökade i fart och styrka under 1900-talet, för att i dag verka som en allomfattande pest ... Historien, dokumenterandet och bevarandet vill uppsluka allt. ”Arkivera, arkivera” ropar Nora, ”men det finns alltid något kvar! Arkivet är inte längre den intentionella resten av ett levtt minne, utan den avsiktliga och organiserade utsöndringen av ett förlorat minne.”<sup>22</sup>

Franska revolutionen var den första brytningspunkten. ”Folket” trädde då in på historiens scen. ”*Deklarationen för de mänskliga rättigheterna*” proklamerades 1791–1792. Året därpå öppnades Musée du Louvre i Paris för folket. Demokratiseringen av samhället hade satt igång, folket skulle få tillgång till skatterna, inkorporeras i nationens angelägenheter.<sup>23</sup> Den franska historikern Jules Michelet upptäckte att Historien borde omfatta allt, därför att Folket hade efterlämnat ALLT åt honom, historikern att skriva ned, dokumentera och bevara. ”Jag andas in deras stoft”, utropade Michelet ödesmättat. Enligt Roland Barthes ”käkade” Michelet historia och blev därmed så förstoppad att han förberedde sin egen kvävningssöd.<sup>24</sup>

Denna allomfattande historiebulimi och strävan att

20 Cit. i Paul Ricoeur, *Minne, Historia, Glömska*. Daidalos, Göteborg 2005. s. 497.

21 Denna fråga uppmärksammas t.ex. i antologin *Politiques de l'oubli. Le genre humain, Octobre 1988* (Paris), där flere kända franska historiker och sociologer dryftar olika aspekter av ”glömskans politik” och ”svåra saker”.

22 Cit. i Ricoeur, s. 497.

23 Jean-Louis Déotte, *Oubliez! Les ruines, l'Europe, le Musée*. L'Harmattan, Paris 1994. s. 51.; se också Jean-Louis Déotte, *Wie die Geschichte der Musealisierung anheim fällt: Jörn Rüsen/Wolfgang Ernst/H.Th. Grütter (Hrsg). Geschichte sehen. Beiträge zur Ästhetik historischer Museen*. Pfaffenweiler 1988.

24 Barthes cit i Steedman, s. 26 ff.

omfatta hela historien med alla sina skikt och delar, alltså också en folklig tendens, stod i konflikt med den andra, stora och övergripande historien, nämligen Nationens historia. Som vi vet var det Nationens (politiska) historia som under 1800-talet och fram till 1960–70-talen blev den rådande diskursen inom historiografin.

Museerna och de historiska vetenskaperna växte upp tillsammans. Museerna i Europas metropoler växte upp som väldiga, förstelnade monument över den mänskliga civilisationens progression, nedfryst av konservatorer och dokumenterare. Ett första föredömligt exempel är Karl Friedrich Schinkels *Altes Museum* i Berlin, som slog upp portarna 1827. Museets ”geografi” och utställningsorganisation var ett förkroppsligande av Wilhelm von Humboldts humanistiska civilisationshistoria parad med Hegels progressiva historiefilosofi, där besökaren bokstavligen talat *promenerade genom Tiden*, som avancerade i epok efter epok från rum till rum.<sup>25</sup>

Intresset riktades mycket snart inte bara mot dokumenten och arkivalierna, utan mot hela det materiella kulturarv som den industriella utvecklingen höll på att utplåna. Tiden frystes ned i museernas utställningsrum och magasin. Museet som fenomen och institution var alltså (och är) en av lösningarna på tidsproblemet i vår kultur – en kultur som åkte berg- och dalbana mellan positivistiska utopiska framtidsvisioner och fruktansvärda dystopier à la Wells där människan inte längre hade något hopp.

## Den kritiska diskursen

Det postmoderna förhållningssättet till den allmänna mumifieringen av vår livsvärld, vårt kulturarv, är enligt konventionen positivt: det handlar om att stärka identiteter, finna sina rötter, hålla historien levande, lära av det förflutna och så vidare. Men parallellt med den allmänt grasserande arkivfebern löper en samhällskritisk diskurs, som ifrågasätter det sunda i hela hanteringen. Många intellektuella, historiker och sociologer befarar att Europa och västvärlden löper risk att musealisera sig självt, och därmed minimerar det handlingsutrymme som finns för kreativt nybygge. Stort intryck på mig själv gjorde den franske sociologen Henri Pierre Jeudy med sin artikel ”Die Musealisierung der Welt oder die Erinnerung der Gegenwartigen” 1987.<sup>26</sup>

En ådra av intellektuell musealiseringskritik kan faktiskt följas från idag ända ner till Quatremère de Quincy på 1810-talet, som redan varnade för vårt ständiga bakåtsträvande och sorterande med det materiella arvet. Han påpekade det paradoxala i att man, genom att samla in *fragment* av en kultur (i detta fall konst), genom att rycka loss bitar ur deras kontext och placera dem i en annan, nämligen museets, inbillar sig att man därmed

25 Déotte, s. 71.

26 ”Die Musealisierung der Welt oder die Erinnerung der Gegenwartigen“, *Ästhetik und Kommunikation*, Heft 67/68. Jhrg. 18. Berlin 1987.; Se även Robert Hewison, *Heritage Industry. Britain in a Climate of Decline*. London 1987.

skapar en *hel* och representativ (totalité) bild av verkligheten.<sup>27</sup> En berömd kritiker återfinns i Nietzsche, som i sin lilla bok *Vom Nutzen und Nachteil der Geschichte für das Leben*<sup>28</sup> från 1872, gick hårt åt vad han kallade det ”antikvariska sinnelaget”. Den antikvariska historikern, säger Nietzsche ”flyttar in” i fornlämningar och antikviteter:

”Men den antikvariska blicken kan leda till en oförmåga att skilja mellan vad som är värdefullt och kram. Allt gammalt betraktas som lika ärevärdigt, medan allt nytt stöts bort. Det antikvariska sinnelaget degenererar i samma ögonblick som det inte längre inspireras av ett levande samtidsmedvetande. /.../ blir det för starkt tenderar det att förkväva andra sätt att förhålla sig till det förflutna. /.../ eftersom det antikvariska sinnelaget ofta saknar en urskiljande förmåga, underskattar det alltid det som håller på att födas, det nya. /.../

Då spelas den blinda samlariverns vidriga skådespel upp: ett rastlöst hopradsande av allt som en gång varit. Människan omvärver sig med gravluft.”<sup>29</sup>

Kanske var det Nietzsche som inspirerade Derrida rörande arkivfebern. Historiesvärmeriet är en feber, säger Nietzsche: det ”är en defekt, en skada och brist hos tiden; jag tror nämligen att vi alla lider av en förtärande historisk feber /.../ det finns ett mått av sömnlöshet, av idisslande av historiskt medvetande som skadar det levande och slutligen leder till undergång/.../”. Å andra sidan varnar han för att helt kasta av sig historien – det bör råda balans mellan förhållningssätten till det förflutna.<sup>30</sup>

Den tyske sociologen Theodor W. Adorno bekymrade sig för världens tilltagande musealiseringstenden- ser i mitten av 1900-talet. Han menade att när det som människan gör, framställer, producerar, så gott som omedelbart införlivas i det stillastående (konserveras)... då kommer hågkomsten, åminnelsen, att träda in i den alerta medvetenhetens ställe. Uppmärksamheten riktas från Här och Nu och Framtid till det förflutna. Mitt i detta ”förgångnas urlandskap” blir livet endast ett andninghål för döden, med målet att tillrättalägga världen som en välbevarad ruin, och därigenom också lämna bakom sig historien som ett allomfattande, alltomspännande informationsteknologiskt arkiv – men för vem? ”Für niemanden” (för ingen)!<sup>31</sup>

Filmvetaren, sociologen Alexander Kluge och historikern Wolfgang Zacharias fäster uppmärksamheten vid att historie- och bevarandevetenskapernas utveckling under 1800- och 1900-talet har lett till att tiden mellan 1789 och, låt oss säga år 2000, betraktats som en enda

27 Quatremère de Quincy, *Considérations morales sur la destination des ouvrages de l'art & Lettres*. Paris 1815; Déotte, s. 38–39, 74–75.

28 På svenska *Om historiens nytta och skada. En otidsenlig betraktelse*. 1998. Tidigare svensk utgåva: *Historien och livet. En otidsenlig betraktelse*. 1924.

29 *ibid.* s. 13 f. samt s. 55.

30 *ibid.* s. 22, 28.

31 Zacharias citerar Adorno. Zacharias, s. 25.

stor Gleichzeitigkeit, en Samtidighet, där allting på sätt och vis är närvarande just här, just nu, genom att det oavbrutet återerövas. Allt som hänt och timat är *omedelbart tillgängligt* genom historieskrivningen och bevarandet. Vi är mitt uppe i en "kontinuitetskult": det är fråga om ett gigantiskt "Stillstellung der Historische Bewegung" – att stoppa upp den historiska rörelsen, tidens gång.<sup>32</sup> "Hela samhällen försöker på detta sätt göra om världen till ett oavbrutet Presens, ett presens som man tillägnar sig och som man omvandlar för sina egna syften. Das ist eine kannibalistische Tendenz gegenüber der Welt – detta är ett kannibalistiskt förhållande till världen.", dundrar Kluge.<sup>33</sup> Speciellt i tider av misströstan inför framtiden, så som i dagens samhälle, investerar man hellre i en *permanent samtidighet*, en *Art Attentismus*, [den absoluta närvarons och uppmärksamhetens konst] ett dödsuppskjutande genom att konservera så mycket som möjligt av det vi har, konstaterar Kluge. Vi lever i en försvinnandets kultur där (helst) ingenting längre får försvinna, ingenting undkomma dokumentationen. Vi skapar enklaver och nischer av Tid, olika tider, som tillflyktsorter för förvirrade människor som ständigt laborerar med sin identitet, byter roller och skepnader, i tid, och otid ... Helt i enlighet med den pluralistiska postmodernistiska kulturen och den extrema subjektivering (individualiseringen) av våra livsvärldar.

I en värld där "All that is Solid melts into Air"<sup>34</sup> söker vi tröst i Historien. Naturvetenskapen och Förnuftet erbjuder inga etiska livsvärden. Dem letar vi efter i historien, där vi söker hållhakar för vår moraliska livshållning, för att tala med Patrick White.<sup>35</sup>

Det paradoxala i detta konserverande, denna arkivfeber, är att fenomenet också innehåller en hel del hopp, ett löfte, som Derrida också konstaterar:<sup>36</sup> om vi nämligen konserverar tillräckligt, mängder, så finns det hopp om att åtminstone någonting blir kvar när vi dör, att åtminstone någonting kan behövas, någongång, av någon.

\*

Bevaranderaseriet fick ny fart på 1980-talet, och har till dags dato bara accelererat. Bland de första som uppmärksammade detta var Robert Hewison, som skrev sin redan klassiska bok *Heritage Industry. Britain in a climate of decline* 1987. Han noterade att då *Ancient*

32 Wolfgang Zacharias, Zur Einführung – Zeitphänomen Musealisierung: Wolfgang Zacharias (Hg), *Zeitphänomen Musealisierung. Das Verschwinden der Gegenwart und die Konstruktion der Erinnerung*. Essen 1990, s.10.

33 Alexander Kluge, Medialisieren – Musealisieren: Wolfgang Zacharias (Hg), *Zeitphänomen Musealisierung. Das Verschwinden der Gegenwart und die Konstruktion der Erinnerung*. Essen 1990. s. 33.; Se också Oskar Negt/ Alexander Kluge, *Geschichte und Eigensinn*. Frankfurt 1981.

34 Marshall Berman, *All That is Solid Melts Into Air. The Experience of Modernity*. London 1983.

35 Patrick White, *On Living in an Old Country*. Cambridge University Press 1988.

36 Derrida, s. 36.

*Monuments Act* instiftades i Storbritannien år 1882, räknade man 62 historiskt värdefulla skyddsobjekt i landet. Drygt hundra år senare (1986) hade antalet stigit till 12 800, och detta var endast en bråkdel av de 650 000 skyddsobjekt som man egentligen tyckte var viktiga. I dag måste de vara långt över en miljon.

Museibegreppet har skenat iväg och omfattar i dag också hela miljöer, samhällen, naturområden, territorier. Som en konsekvens av denna trend ersattes det svenska begreppet *kulturminnesvård* år 1988 med begreppet *kulturmiljövård* – det vill säga bevarandet av hela den av människan skapade miljön.<sup>37</sup> Ekomuseet är ett av resultatet, där såväl byggnader, miljö som människor och djur K-märks. Le Creusot i Frankrike, som var det första år 1974, omfattade 500 kvadratkilometer. I dag expanderar också dessa "museer" lavinartat. Det största ekomuseet i världen torde vara Kalyna Country i Canada – som omfattar 29 000 km<sup>2</sup>.<sup>38</sup>

Robert Hewison ser mumifieringens orsaker i samhällets totala förlamning och tillbakagång. National Trust förhåller sig till imperiet som en färdigutvecklad entitet, konstaterar han. Nationen ses inte längre som ett heterogent samhälle som skapar sin egen historia och utstakar en framtid, utan som en *redan uppnådd historisk identitet* (min kurs.), som det bara återstår att bevara!

Historikern Pierre Nora lägger fram en liknande argumentation i verket *Les Lieux de mémoire I–III*. Han finner orsaken till dagens omfattande "historiseringsteror" i Nationens behov av legitimering och kontroll. Här talas om "minneshögtidernas välde", "minnesgrubbel" och den totala erinringen av världshistorien.<sup>39</sup>

Då sitter vi alltså där. Paul Ricoeur kallar dagens situation för "åminnelsebulimi" – typiskt för ett samhälle i stagnation, ett postmodernt samhälle där det inte finns någon tydlig framtidsvision. Moderniteten har lämnat drömmen om ett ständigt "bättre" samhälle bakom sig. Framför oss är bara tomhet, eller ett globalt ekologiskt sammanbrott.

Det yttersta tecknet på att vi börjat ge upp är väl att vi skickar iväg människans genetiska kod i rymdskepp på måfå ut i universum – vilket alltså redan skett ...

\*

Men vad vill de här herrarna då – istället!? Signifikativt är, tror jag, att de forskare jag här nämnt representerar främst det tyska och franska språkområdet – det vill säga det riktigt gamla Europa. Det Europa som håller på att musealisera sig självt? Das Abendland? De är, med rätta, bekymrade över att kulturen och det dagliga livet inte innehåller några positiva framtidsvisioner. De ropar efter utrymme för kreativ handling.

De här forskarna anser att det nya främst föds ur

37 Egentligen bisarrt att kalla det vård – då det ju egentligen är fråga om konservering – att stoppa en utveckling.

38 André Gob & Noémie Drouget, *La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels*. Paris 2003, s. 41; [www.kalyna.ca](http://www.kalyna.ca)

39 Nora citerad av Ricoeur i Paul Ricoeur, *Minne, historia, glömska*. Daidalos, Göteborg 2005, s. 503.



”ruinen”, så att säga, att man måste förstöra något, riva ned, låta förfalla, för att kunna skapa något riktigt kvalitativt nytt. Eller som Wolfgang Pircher summerar upp det hela:

”Die Möglichkeiten der Welt hängt von Zerstörung ab ... was wäre das, wenn alle Denkmale der Alten noch stehen sollten!”<sup>40</sup>

Eller läs nobelpristagaren Elias Canetti:

”Hur mycket av det förflutnas tyngd kan sinnet kasta av sig, hur mycket kan det glömma? Svårt att säga, men skall denna osäkra tillvaro kunna uppfattas på ett realistiskt och fantasifullt sätt, må det vara så mycket som möjligt!”<sup>41</sup>

Räddningen ur denna ”åminnelseera”, som Nora ser det, är det faktum att hela historien så småningom med början på 70-talet började kopplas loss från Nationen. Vi är alltså, fast på ett omvänt sätt, tillbaka hos Jules Michelet, hos Folkets primat och de mänskliga rättigheterna. Det är inte Nationens ”stora berättelse” som gäller nu längre, utan folkets göranden och låtanden, levande mikrohistoria. Men nu handlar det inte bara om rätten att få ”sin” historia skriven och dokumenterad som delar av nationens historia, detta är redan gjort och görs, utan om rätten att förhålla sig kreativt till det förflutna och kulturarvet. Då lämnar samhället bakom sig det ”nationella minnet” och ”medborgarminnet” och ”statsminnet” som alla är mer eller mindre politiskt styrda och hårt gallrande, och går över till vad Nora kallar ett brett ”kulturarvsminne”.<sup>42</sup> Detta är ett skapande, kreativt minne.

Nora ser det första franska ”kulturarvsåret” 1980 som en brytningspunkt – vilket stämmer väl överens med utvecklingen i resten av Europa. ”Tiden är inne för ett kulturarvsminne och för ett Frankrike som en nation utan nationalism”, säger Nora. Diskussionen känns igen.

## Värderelativism?

En av konsekvenserna av att kopplas loss från Nationen är inte bara att hela folkets historia börjar beaktas, utan också en värdenihilism ur bevarandesynpunkt. Det vill säga att det som betraktas som ”värt att bevara” sedan cirka 20 år tillbaka går i en sluttande, och under senare år allt brantare kurva nedåt, från det ur vetenskapernas eller konstens synvinkel värdefulla till att alla kulturyttringar är värda att hågkommas, allt är likvärdigt från

40 ”Världens möjligheter hänger på förstörelsen ... Hur skulle det se ut om *alla* minnesmärken från det förflutna skulle stå kvar?” ur: Wolfgang Pircher, Ein Raum in der Zeit. *Bemerkungen zur Idee des Museums. Ästhetik und Kommunikation. Heft 67/68.* Jhrg. 18. Berlin 1987.

41 Elias Canetti, *Die gerettete Zunge.* München-Wien 1977, s. 11. (Sv. utg. *Den räddade tungan.*)

42 *Lieux des memoir II* s. 652; se Ricoeur s. 501.

bevarandesynpunkt. Det här är det vi kan kalla demokratisering av kulturarvet, och tillgänglighet. Medborgarna själva deltar i bevarandeprocesserna och styr dem delvis, vid sidan av de professionella antikvarierna. Det här kallas också ”processkulturarv”.<sup>43</sup>

Vi kan se det såhär: tidigare, eller hittills, har bevarandestrategierna vilat uteslutande på de värdekonventioner och paradig som varit rådande hos en vetenskaplig expertis, inom arkeologin, etnologin, antropologin, konstvetenskapen och så vidare. Inom dessa skolade eliter har bedömningsgrunderna för vad som är värt att bevara nästan fungerat som oskrivna regler. I stort har samlandet och bevarandet också betraktats som ett självklart värde, som inte i någon nämnvärd grad behövt diskuteras eller ifrågasättas, varken de värderingar som styr insamlandet eller dess kvantitativa aspekter.

I dag har dessa värdegrunder fått sällskap och konkurrens av andra värdegrunder, som vi här kunde kalla ”vanligt folks”, turisternas, och entreprenörernas värden. Låt oss gruppera dessa i tre värdringskategorier:

**Antikvariernas** – det vill säga de vetenskapliga, historiska kraven, samt lagstiftningen rörande fornminnens bevarande, och så vidare.

**Turisternas** – det vill säga ”upplevelse”aspekten på platsen, dess historia, berättelser, umgänge med föremål, insyn i deras kontexter genom tiden ...

**Entreprenörernas** och övriga – det vill säga möjligheterna till eget utnyttjande av kulturarv och -miljö för närings-, kunskapsuppbyggnads- och rekreationsändamål.

Dessa tre grupper kunde också sammanfattas i två: *vetenskapliga* behov kontra *populära*, eller låt oss kalla det *bruksbehov*. ”Antikvarien”, ”turisten” och ”entreprenören” har för det mesta olika värdegrunder, och förhåller sig därför olika till bevarande- och restaureringsfrågor. Turistens behov och värdegrund kan sägas befinna sig i mitten mellan de två andra, och utgör redan i sig ett slags kompromiss. Grovt kan man dela upp kriterierna för bevarandeåtgärder ungefär såhär, exemplifierat med byggnadskultur:

### A. Grundmotiv dokumentvärde:

byggnadshistoriskt värde  
arkitekturhistoriskt värde  
fornminnesvärde  
teknik- och industrihistoriskt värde  
sambällshistoriskt värde  
socialhistoriskt värde  
personhistoriskt värde

### B. Grundmotiv upplevelsevärde:

arkitektoniskt värde  
konstnärligt värde  
symbolvärde  
miljöskapande värde  
patina  
identitetsvärde/ existentiellt värde  
kontinuitetsvärde  
traditionsvärde  
kommersiellt värde

43 Peter Aronsson, *Historiebruk – att använda det förflutna.* Studentlitteratur 2004, s. 146 f.

Då det gäller samhällets officiella bevarandestrategier, är det i allmänhet något eller några av de fyra första i bägge spalterna som styr besluten, fattade av en antikvarisk, konsthistorisk, arkitekturhistorisk expertis. Enligt min behovsskala ovan är det således kategori 1, ”antikvarien”, som oftast styr, som tar sig tolkningsföreträdet och makten. De vetenskapliga/antikvariska behoven i vårt samhälle är traditionellt den självklara grund som all musealisering och konservering bygger på. Denna basala grund är självfallet fortfarande viktig, annars har vi snart inga fornlämningar heller.

Men dessa värden kan relativiseras i dag. De utgör inte längre en ”objektiv och neutral sanning”, och får i dag inte vara allenarådande. De har fått sällskap och måste balanseras upp av andra värden och behov, ”turistens” och ”entreprenörens”. Detta har redan orsakat en hel del tumult och maktkamp om beslutsföreträden och värdegrunder på många håll.

En resa som undertecknad företog i augusti 2006 till Skottland med besök hos National Trust bekräftar detta: den antikvariskt professionella personalen vid National Trust beklagade sig över att de i dag drunknar i krav från allmänheten rörande potentiella bevarandebeslut. Kreti och pleti hör av sig från när och fjärran, och anser att the Trust måste ta sig an deras prylar – allt från nedlagda kiosker och biografier, verkstäder och bensinmackar till cyklar, båtar och bilar. Trust vet inte vad de ska göra, sådana resurser har de inte.

National Trust sitter i samma båt som de svenska myndigheterna, då de talar för en ”demokratisering” av kulturarvet, om tillgänglighet för alla. Demokrati betyder ju egentligen en modell för att förhandla om *makt*. De professionella antikvarierna är således tvungna att dela med sig av makten att bestämma över kulturarvet, hur det definieras, vilka normer som bestämmer dess värde, och hur det förvaltas. Det här betyder, till syvende och sist, att museerna och kulturarvsinstitutionerna bör kunna analysera och ifrågasätta sig själva, sin egen verksamhet [och vilka gör det, i dag?]. De bör helt enkelt bli aktivt verkande ”planeringskontor för det förflutna”,<sup>44</sup> i stället för mausoleer över ett på vetenskapligt urval baserat dokumenterat ”minne”. Som en av dessa antikvarier själv formulerar det:

”Vår hittills centrala bevekelsegrund har varit känslan av att kulturarvet är hotat och måste skyddas, och det från människorna. Men att omyndigförklara arvtagaren för att skydda arvet, kan inte vara ett hållbart fundament för antikvariska förhållnings- och arbetssätt.”<sup>45</sup>

Att göra andra *aktivt* delaktiga innebär att vidga synen på kunskap till att omfatta såväl vetenskaplig som alternativ kunskap och vanligt folks behov av att få tillgång

44 Sören Halldén, *Behövs det förflutna? En bok om det gåtfulla vardagslivet*. Liber Förlag, Stockholm 1983.

45 Sagt av Birgitta Johansen, chef för Kunskapsavdelningen på Riksantikvarieämbetet i Stockholm. Se *Agenda kulturarv*. RAÄ. Stockholm 2002.

till sitt förflutna. Detta kräver lyhördhet för variation och för tanken att denna kunskaps kvalitet kan ligga i själva delaktigheten.

## Kunskapsbegreppets diversifiering och demokratisering

Det finns andra former av kunskap än vetenskaplig och teoretisk kunskap. Praktisk kunskap, även kallad tyst kunskap, är det slags kunskap som människan tillägnat sig genom erfarenhet. Hantverkarskunnandet hör dit. Yrkeskunnande hör dit. Den kunskap som en människa behöver för att kunna bygga ett hus, segla en båt, driva upp växter på rätt sätt, laga god mat, tillverka ett föremål, konservera det ...<sup>46</sup>

Inom kulturarvsfältet bör finnas utrymme för sådan alternativ kunskap; lekmannens eller mästarsens tysta kunskap om tingen, deras ursprung, tillblivelse, bruk och biografi. Kreativ kunskap. ”Praktisk kunskap” är i dag föremål för ett ökat kunskapsteoretiskt intresse vid universiteten. Ett exempel på nytänkande är konservatorsutbildningen på institutionen för kulturvård (Department of Conservation) vid Göteborgs universitet. Där har man numera – efter år av parallella liv – slagit ihop hantverkarskunnandet, snickeri och byggnad med kulturvården som likvärdiga *vetenskaper*.<sup>47</sup>

Det kan också vara fråga om kunskap vars grunder är svåra att komma åt, omöjliga att *mäta*, och ibland till och med okända, men som ändå fyller viktiga behov eller till och med kan vara oundgänglig. Det kan vara fråga om rent existentiell ”kunskap” och behov, eller kollektiva minnen. Kunskaper som kan visa sig vara oundgänglig därför att bevarandebeslutet i sådana fall grundar sig på helt andra värdegrunder än vad ”antikvarien” skulle grunda sitt beslut på.

I stället för vetenskapliga kriterier råder här kanske kriterier som ”social betydelse”, ”personlig betydelse”, *tillverkningsbetydelse* (yrkesskicklighet), minnesbetydelse (souvenir), eller till och med kuriosas, som grund för bevarandebeslut (se min lilla tabell på sidan 41).

Kulturhistoriska inventeringar, analyser och bevarandebeslut som andra (än vetenskapliga) aktörer gör innehåller kanske ”sakfel”, men likafullt kan de bidra till att kulturarv bevaras och brukas på acceptabla och eftersträfvade sätt.

Framför allt kan dessa alternativa kunskaper och värdegrunder bidra till att den tysta kunskapen överförs till kommande generationer – något som ju ytterst sällan kan ske på ett traditionellt museum idag. Museerna är inte skapta för det.

46 Kjell S. Johannessen, *Praxis och tyst kunnande. Dialoger* 99. Stockholm 1999; Tore Nordenstam, *Exemplars makt. Dialoger* 69-70. Stockholm, Kungliga Dramatiska Teatern 2005 ; Bengt Molander, *Mellan konst och vetande: texter om vetenskap, konst och gestaltning*. [med bidrag av Beata Agrell etc.]...

47 Se institutionens hemsida: [www.conservation.gu.se/](http://www.conservation.gu.se/)

## Än museerna då? Kan de överleva?

Och vad gör då museerna, dessa stolta flaggskepp för Nationernas tidevarv? Kan museerna överleva den epok som är deras upphov – nämligen den industriella epoken, som vi nu har lämnat bakom oss? Museerna vrider sig som maskar i det nationella dammet och försöker balansera mellan sina gamla nationella och vetenskapliga uppdrag, och å andra sidan folkets alltmer påträngande krav om delaktighet, om omedelbar tillgång till godbitarna i museernas magasin.

När vi nu en gång har det såhär, mumifieringen rasar vidare, så måste vi börja anpassa verksamheten i enlighet med det. Nedfrysningen och poleringen av kulturarvet måste lugna ner sig.

Låt oss åter skärskåda begreppet demokrati, det folkliga kulturarvet och kravet att få bruka det, här och nu. Kulturpolitiken ordar ymnigt om hur museerna skapar identitet genom att låta människor ”umgås med tingen” ur det förflutna, och att tingen i utställningar levandegör historien och skapar sammanhang. Museerna i dag ska inleda ”dialog” med det omgivande samhället, bidra till social integrering, skapa andligt och socialt kapital, till och med bidra till en minskning av kriminalitet ... allt det här genom antagandet att detta nog sker, bara folk får ”tillgång” till kulturarvet. Men på denna punkt är forskningen i sin linda.

Vad sker där egentligen i mötet mellan museum/kulturarv och besökare? Är bruk av, och tillgänglighet till, kulturarvet liktydigt med att tillåtas, gratis eller mot betalning, stå och se på ting avskärmade från oss i dunkla skottsäkra montrar?

En av orsakerna till vanligt folks likgiltighet för museer är troligen själva det faktum att föremålen musealiserats! Med ”musealisering” menas här att föremålet tagits ur sitt levande omlopp i vardagslivet och frusits ned i en annan kontext, museets vitrin eller magasin. Åldrande och sönderfall är en nödvändig aspekt av ett levande förflutet. Att avbryta ett föremåls livscykel och genom konservering fixera det i ett visst stadium är att ”döda det” – för att åter tala med sociologen Theodor W. Adorno, eller med Douglas Crimp. Adorno påpekar att det inte är en slump att orden *mausoleum* och *museum* har samma ursprung:

“the word *museal* describes objects to which the observer no longer has a vital relationship and which are in the process of dying. They owe their preservation more to historical respect than to the needs of the present. Museum and mausoleum are connected by more than phonetic association.”<sup>48</sup>

Genom musealiseringsprocessen upphör alltså föremå-

48 Adorno cit. i Douglas Crimp, *On the Museum's Ruins*. 1993; se också Michael Shanks, *The life of an artefact in an interpretive archaeology*. *Femoscandia Archaeology XV*, Helsingfors 1998; se även Susan Pearce, *Museums, Objects and Collections. A Cultural Study*. Leicester University Press 1992.

lets naturliga levnadslopp. Det får inte längre användas, helst inte alls röras. När föremålet tas ur bruk förlorar det en viktig del av sin ”själ”, menar Adorno. Denna själ är i grunden inte möjlig att blottlägga och bevara med vetenskapliga metoder; den har heller inget med taxonomi, ålder eller proveniens att skaffa. Själén, liksom för övrigt uppfattningen om föremålets autenticitet, sitter i våra huvuden, och i föremålets *funktion och interaktion med människan*.

Vi talar om föremålens praktiska funktion i människors personliga och färggranna liv, och den *tysta kunskap* vi har om det. Vi använder våra föremål och hela vår materiella värld i något *syfte*. Vi använder föremålen som *verktyg*, inte bara för att skapa något, göra något, utan som verktyg för *kommunikativ handling*. Detta handlingsförlopp, denna bruksidentitet, är nedbruten i museets värld. Barnet har kastats ut med badvattnet. Och barnet kan endast delvis räddas genom att foga berättelser, bilder, ljud, ljus och så vidare till det i syfte att ”levandegöra” det.

Bevarande-, konserverings- och säkerhetskraven i museibranschen blir alltmer rigorösa – ofta förvisso i enlighet med internationella regler och konventioner. Kraven kan bli så rigorösa att de allvarligt står i konflikt med museets huvudsyfte: att popularisera vetenskapen, att låta folk umgås med tingen, känna historiens vingslag och låta tingen berätta. Denna konflikt har föga uppmärksammats vare sig av forskningen eller i den offentliga kulturarvsdebatten.

Konflikten blir även tydligare ju större och mer nationellt eller internationellt betydelsefullt museum det är fråga om, allteftersom det från myndighetshåll ställs ökade krav på säkerhet och långsiktigt bevarande. Man bär sig alltså åt som om man verkligen trodde på möjligheten att bevara någonting i evighet, som om kampen mot förfallet var vunnit. I branschen skämtar man redan om att museiantikvariens dröm är att föremålen inte *alls* plockas fram i dagsljuset, eftersom de mår bäst i ett mörkt, svalt, bombsäkert och klimatiserat magasin. De ska bevaras, långsiktigt, helst för evigt, men *för vem!*? Varför är vi så självklart övertygade om att våra efterkommande vill ha allt detta skrot, som vi samlat i ladorna? Är det bara fråga om ett vilt hopp om att vi ändå inte, kanske ändå inte, är riktigt döda?

När föremål så ändå ska visas – för detta är ju grundidén med alltsammans – blir kraven på klimat, säkerhet, konservering och belysningsförhållanden ofta så rigorösa, att utställningsgestaltningen blir allvarligt lidande eller rentav omöjlig att genomföra. Denna monterterror inverkar ofta negativt på besökarnas upplevelser. Utställningar upplevs som distanserade, torra och tråkiga. En klassisk *musée-fatigue* inträder (museitrotthet).

Det finns också bevis för det omvända förhållandet: museer som visar sina föremål utan montrar eller andra skyddsåtgärder och där besökarna också tillåts ta på föremålen, är de som väcker störst intresse, förtjusning och nyfikenhet. Mölndals museum i Sverige är ett gott litet exempel, som också vunnit internationellt pris för

sina utställningar. Andra, mycket intressanta exempel är arbetslivsmuseerna. I dessa, som oftast baserar sig på det industriella kulturarvet, förhåller man sig också annorlunda till denna omedelbara ”bruksaspekt”.

\*

Det vi alltså måste intressera oss för är att förändra museernas koncept och uppdrag i grunden – inte bara ”breda” verksamheten i form av mer pedagogik, så som de flesta museer i dag uppfattar saken. Ett helt nytt förhållningssätt till tingen och till den av människan skapade miljön måste till. Och då kanske vi kan börja med att justera Fornminneslagen – skrota den något absurda tanken om det ”eviga” bevarandet.

Varför inte lyfta fram det *stilla förfallet* som ett nytt förhållningssätt, möjligt att tillämpa om inte i alla, få i många fall av bevarande. Ett faktum är nämligen att hur mycket vi än konserverar, fryser ner och bestyr, så är det kört. Materien upplöser sig, förr eller senare, obönhörligt i sina enkla beståndsdelar.

Man kan också fråga sig, vilken poängen ska vara med att för framtiden bevara miljoner och åter miljoner föremål i mörka (före detta industri)magasin, föremål, som ingen får se. Plocka i stället fram föremålen, använd dem, låt folk ta på dem, undersöka hur de är gjorda, ta vara på den kunskap som ligger i föremålen, direkt, i ett kreativt umgänge med det förflutna! Låt folk låna hem föremålen, och möblera lite i sina liv med dem, såsom en del konstgallerier redan gör. Alexander Kluge vill se det ideala museet som ett slags fabrik, en produktionsanstalt som slår sönder myter, fenomen, händelser, gamla prylar, och därav bygger upp nånting nytt.<sup>49</sup> Hans vision passar väl ihop med det vi ovan benämner ”processkulturarv”.

Det finns naturligtvis gränser för hur mycket man ska låta besökare tafsa på föremålen i ett museum. Men museipersonal kan styra detta ”bruk”, till exempel i *pedagogiskt* syfte, eller i syfte att föra *hantverkskunnandet* vidare. Ett viktigt led i denna ideologi är, att föremålen är ständigt tillgängliga och ”brukbara”, *icke nedfrysta* i mörka magasin. De ska kunna plockas ned eller ut ur museet vid behov. Vissa av dem ska rentav kunna plockas isär, för närmare studier av teknik och annat, för att verkligen få reda på hur de är tillverkade – så att hantverkskunnandet också förs vidare.

Det viktiga här är faktiskt inte att kulturarvet finns – det viktiga är vad det *gör* (med oss), och vad vi gör med det. Museet i framtiden måste utvecklas hela tiden, det är en *process*, liksom kulturarvet är en process, som vi alla, varje dag, i det tysta är delaktiga i.

## Epilog:

”Skrottet fastnar i halsen. Bilarna har slutat gå och husen kanar sakta nedför gråa klippblock som om de saknade grund och utan fotfäste glider utför branten.

<sup>49</sup> Kluge, 1990, s. 36.

Hela miljön är i förändring och nedbrytningen skonar ingenting. Bensinstationen har för länge sedan slagit igen, för vem mäktar med ett literpris på 10 000? Och där ligger en hög ruttnande kadaver. Man undrar varför de dog, varför ingen tagit dem tillvara. Sjuka, förgiftade eller övergivna? Tågen rullar fortfarande, men har mist sin forna glans. Och är det egentligen någon som åker, någon som kör? Människorna är försvunna. De syns i alla fall inte. Oklart om de lever eller om de bara har lämnat detta wasteland.”

*Carl-Johan de Geer, text till installation hösten 2006 på Kulturen i Lund (till och med 30.12.06).*

## Käll- och litteraturförteckning

*Agenda kulturarv* (Stockholm 2002).

*Aronsson, Peter*, Historiebruk: att använda det förflutna (Lund, 2004).

*Berman, Marshall*, *All That is Solid Melts Into Air: The Experience of Modernity* (London 1983).

*Burch, Stuart*, “Sweden’s memory: museums, monuments and memorials” *Art Bulletin of the National-museum Stockholm*, 9/2002.

*Canetti, Elias*, *Die gerettete Zunge* (München-Wien, 1977).

*Crimp, Douglas*, *On the Museum’s Ruins* (Cambridge, 1993).

*de Geer, Carl-Johan*, text till installation hösten 2006 på Kulturen i Lund (till och med 30.12.06).

*Déotte, Jean-Louis*, *Oubliez! Les ruines, l’Europe, le Musée* (Paris, 1994).

*Déotte, Jean-Louis*, “Wie die Geschichte der Musealisierung anheim fällt” *Geschichte sehen: Beiträge zur Ästhetik historischer Museen* red. Jörn Rüsen/Wolfgang Ernst/H.Th. Grütter (Hrsg) (1988).

*Derrida, Jacques*, *Archive Fever. A Freudian Impression* University (Chicago & London 1995).

*Foucault, Michel*, *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences* (New York, 1994).

*Gob, André & Drouget*, *Noémie La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels* (Paris, 2003).

*Halldén, Sören*, *Behövs det förflutna? En bok om det gåtfulla vardagslivet* (Stockholm, 1983).

*Hegel, G. W. F.*, *Phänomenologie des Geistes* (1807).

*von Herder, J. G.* *Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit* (1784–91).

*Hewison, Robert*, *Heritage Industry: Britain in a Climate of Decline* (London 1987).

*Johannessen, Kjell S.*, *Praxis och tyst kunnande: Dialoger 99* (Stockholm, 1999).

*Kluge, Alexander*, “Medialisieren – Musealisieren” *Zeitphänomen Musealisierung. Das Verschwinden der Gegenwart und die Konstruktion der Erinnerung* red. Wolfgang Zacharias (Essen 1990).

*Lyotard, Jean-Francois*, “Les immatériaux” *Thinking about Exhibitions* Ed. Reesa Greenberg, Bruce Fergu-



son & Sandy Nairne. (London & New York 2003, f. ed.1996).

*Macaulay, Rose, Pleasure of Ruins* (London 1953).

*Molander, Bengt, Mellan konst och vetande: texter om vetenskap, konst och gestaltning.* (Göteborg, 1996).

“Die Musealisierung der Welt oder die Erinnerung der Gegenwärtigen” *Ästhetik und Kommunikation*, Heft 67/68. Jhrg. 18. (Berlin 1987).

*Negt, Oskar & Kluge, Alexander, Geschichte und Eigensinn* (Frankfurt 1981).

*Nordenstam, Tore, Exemplets makt. Dialoger 69–70* (Stockholm, 2005).

*Pearce, Susan, Museums, Objects and Collections: A Cultural Study* (Leicester, 1992).

*Pircher, Wolfgang*, “Ein Raum in der Zeit: Bemerkungen zur Idee des Museums”, *Ästhetik und Kommunikation* Heft 67/68 (Berlin 1987).

*Politiques de l’oubli. Le genre humain* (Paris, 1988).

*Rathje, Willam & Murphy, Cullen, Rubbish: The Archaeology of Garbage* (Tucson, 2001, first ed. 1992).

*Ricoeur, Paul, Minne, Historia, Glömska* (Göteborg, 2005).

*Shanks, Michael*, “The life of an artefact in an interpretive archaeology” *Fennoscandia Archaeology* XV, (Helsingfors, 1998).

*Spengler, Oswald, Der Untergang des Abendlandes*, (1919).

*Steedman, Carolyn, Dust* (Manchester, 2001).

*Thompson, Michael, Rubbish Theory: The creation and destruction of value* (Oxford, 1979).

*White, Patrick, On Living in an Old Country* (Cambridge, 1988).

*Woodward, Christopher, In Ruins* (London 2001).

*Zacharias, Wolfgang, Zeitphänomen Musealisierung: das Verschwinden der Gegenwart und die Konstruktion der Erinnerung* (Essen, 1990).

#### **Internet**

[www.conservation.gu.se](http://www.conservation.gu.se)

[www.kalyna.ca](http://www.kalyna.ca)

[www.peteashton.com/05/08/21/wasteland.html](http://www.peteashton.com/05/08/21/wasteland.html)

(dat. 2006-10-15).

# Författarna

*Karin Eriksson*, före detta länsantikvarie och ordförande i stiftelsen Olofsfors Bruk.

*Karin Fällman*, har varit projektledare Guldriket och fortsätter nu samma arbete i den ekonomiska föreningen Gold of Lapland.

*Björn Halling*, Föreningsdirektör KFUM Umeå och VD Norrbyskärs Museum.

*Susanna Heldt Cassel*, lektor i kulturgeografi vid Högskolan Dalarna. Hon forskar om regional utveckling och turism och har skrivit en avhandling om regional profilering. Nuvarande forskningsprojekt berör dels frågor om mobilitet och regionförstoring, dels förutsättningar för regional utveckling genom turistsatsningar kring industrimiljöer.

*Sirpa Kärki*, intendent vid Olofsfors bruksmuseum.

*Torkel Molin*, filosofie doktor, forskare vid Högskolan på Gotland. Hans avhandling i ämnet idéhistoria behandlade arkeologihistoria, vetenskapligt resande och kulturarv mellan åren 1789 och 1840. Sedan dess har hans huvudsakliga forskning behandlat svenskt kulturarv och hur kulturarvet ska kunna användas som en resurs.

*Dieter K. Müller*, professor i kulturgeografi, Umeå universitet. Hans forskning har tidigare inriktats på frågor rörande fritidshusturism och sambandet mellan turism och regional utveckling. Müller är också ansvarig för turismprogrammet vid Umeå universitet.

*Krister Olsson*, teknologie doktor i Regional planering, är verksam vid institutionen för Samhällsplanering och miljö vid Kungliga Tekniska högskolan i Stockholm. Han är föreståndare för forskargruppen för Kultur och samhällsbyggnad. Forskningen inriktas mot kulturens och kulturmiljöns betydelse och roll i samhällsutvecklingen.

*Richard Pettersson*, docent i museologi, Umeå universitet. Hans tidigare forskning rör det övergripande ämnet svensk minnesvård under 1900-talet och har publicerat flera böcker i ämnet.

*Urban Skoglund*, före detta museichef vid Skellefteå museum, arbetar nu som konsult. Han har tidigare verkat som skådespelare, regissör och dansare.

*Kerstin Smeds*, professor i museologi, Umeå universitet. Smeds är historiker, har doktorerat på världsutställningar och nationell identitet (1996) och kallar sig gärna kulturhistoriker. Hennes forskningsintressen är ”tinget, tiden och tanken”, det vill säga vårt ”sysslande med det förflutna”, utgående för den industriella människans traumatiska förhållande till tiden. Hon ägnar sig också åt museet och musealiseringen som fenomen samt dess roll i framtiden, och utställningen som medium.

*Maria Stolterman*, journalist och storyteller. Hon arbetar med dokumentation och historieskrivning.





Riksantikvarieämbetet  
Box 5405, 114 84 Stockholm  
[www.raa.se/bokhandel](http://www.raa.se/bokhandel)  
[bocker@raa.se](mailto:bocker@raa.se)

ISSN 1651-1298  
ISBN 978-91-7209-468-0