

# Den kreativa (över)klassen?

Ett försök att förstå synen på medborgaren i  
Öresundsregionen

# Abstract

In the last decades regions have become increasingly important as actors in the global challenge for economic growth. To be a strong competitor you need to have the right skills and in an era where knowledge-based industry is the key for economic growth the right skills is identified as the right knowledge.

The keepers of this knowledge is known by Richard Florida as the “the creative class” and by attracting this class economic growth will follow, according to his theory. With point of departure in theory on citizenship I have attempted to gain a deeper understanding of what happens when leading politicians are focused on attracting a specific group of citizens.

By the methodology of idea analysis and by constructing an ideal type of the creative class I argue that the citizens in the Öresund region as described by the Öresund committee, are more or less a copy of this ideal type.

Focusing heavily on the “creatives” not only increases the possibilities for economic growth but also creates a lack of public anchorage since civic participation in a political project is dependent on getting recognized as a citizen in this project.

I therefore draw the conclusion that the making of the Öresundregion with its focus on the creative class will probably be successful in gaining economic growth but less successful concerning democratic thoughts about political projects being firmly established among the citizens.

*Nyckelord:* Medborgare, Profilering, Öresundsregionen, Folklig förankring

*Antal ord:* 8674

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Introduktion .....</b>	<b>2</b>
1.1	Problemområde.....	2
1.2	Syfte och frågeställning.....	3
<b>2</b>	<b>Metod.....</b>	<b>4</b>
2.1	Idéanalys.....	4
2.2	Idealtyp.....	5
2.3	Avgränsning.....	6
2.4	Material.....	6
<b>3</b>	<b>Vem är medborgaren?.....</b>	<b>7</b>
3.1	Profilering som Identifikation .....	7
3.2	Inkludering och exkludering.....	8
3.3	Tre T'n.....	10
<b>4</b>	<b>Den kreativa klassen – en idealtyp och ett önskvärt ideal.....</b>	<b>12</b>
4.1	En urban klass och region.....	13
4.2	Individen i fokus.....	14
4.3	Spetskompetens .....	15
4.4	Nätverk .....	16
4.5	Konsumerande .....	17
<b>5</b>	<b>Slutsatser.....</b>	<b>19</b>
5.1	Den kreativa (över)klassen .....	19
5.2	En avpolitiserad medborgare .....	20
5.3	Flexibilitet eller bristande lokal förankring.....	21
<b>6</b>	<b>Referenser .....</b>	<b>22</b>

# 1 Introduktion

## 1.1 Problemområde

I takt med en ökad internationalisering och att den globala ekonomin har krympt avstånden i världen har regionen som skalpolitisk enhet kommit att växa fram som allt viktigare. Regioners roll i den konkurrens som råder i den globala ekonomin har på många sätt kommit att ersätta nationens. Det är framförallt regionen som söker locka och knyta till sig företag och kompetens för att stå sig i denna konkurrens snarare än stater. Den internationella marknaden lyfts många gånger fram som något som underminerat det territoriella som utgångspunkt för politisk organisering samtidigt som den medfört en form av uppmuntran till att utforma nya politiska rum (Veggeland 1998 s. 45).

Att regionen framstår som *en* region och en attraktiv enhet för företag och kompetenser får ses som en central förutsättning för att locka dessa aktörer till sig. Den regionala profileringen, så som regionen framställs, blir därmed intressant att studera för att förstå hur regioner söker att göra sig så konkurrenskraftiga som möjligt. Det är också möjligt att profileringen av regionen görs utifrån en tanke om identifikation där de som lever och verkar i regionen ska känna att regionens profil stämmer överens med den personliga identiteten och på så vis stärker regionens inre band.

På senare tid har tankar om städerna som centrala punkter i globala nätverk och som fungerar som motorer i ”regionernas Europa” kommit att bli allt populärare (Dannestam 2007 s. 288f.). Detta blir intressant då Öresundsregionen liksom andra regioner inte enbart består av urbana noder med potential att fungera som motorer för den ekonomiska utvecklingen utan även av perifera områden. Vilka blir då effekterna för det regionala projektet om allt mer fokus kommer att ligga på det urbana och de medborgare som lever och verkar där?

Den institution som behandlar gränsöverskridande regionala frågor är *Öresundskomiteen* som i sig har ytterst begränsade formella befogenheter, utan myndighetsstatus och lämpligast bör beskrivas som en politisk plattform (Hall et al. 2005 s. 35). Öresundskomiteens arbete syftar till att göra Öresundsregionen till Europas mest attraktiva och konkurrenskraftiga region. Detta är tänkt att nås genom arbete för att främja den ekonomiska tillväxten, ”vardagsintegrationen” samt att binda samman regionen, en strävan efter en funktionell region.

Det jag intresserar mig för är vilken typ av medborgare och medborgarroll som förknippas med den vision som Öresundskomiteen har för utvecklingen av Öresundsregionen. Vad inkluderas i sin profilering av regionen för att skapa en enhetlig bild till vilken dess invånare känner att de har en anknytning och som samtidigt verkar attraktiv

utåt? Är det ens möjligt att kombinera båda dessa aspekter eller är det så att någon idé anses vara överordnat? Med regional profilering menar jag de gemensamma egenskaper som lyfts fram och tillsammans konstruerar bilden av regionen och medborgaren i den. Hur kan vi då förstå dessa egenskaper som väljs ut för att beskriva och samtidigt är med till att konstruera vad och vem som utgör Öresundsregionen?

## 1.2 Syfte och frågeställning

Jag vill med denna studie öka förståelsen för de idéer som är med till att konstruera Öresundskomiteens profilering av Öresundsregionen och framförallt dess medborgare. Genom att identifiera de egenskaper som tillskrivs medborgarna i profileringen av Öresundsregionen har jag som ambition att ge en ökad förståelse för vad Öresundsregionen är för typ av projekt, vilka idéer som är bärande och kan anses vara de överordnade samt vad detta kan tänkas ha för konsekvenser för Öresundsregionens fortsatta utveckling.

Den frågeställning med vilken jag sammanfattar vad denna uppsats syftar att ge svar på är följande: Vilka egenskaper tillskrivs medborgarna i den regionala profileringen och vilka konsekvenser kan detta tänkas ha för det Öresundsregionala projektet?

## 2 Metod

### 2.1 Idéanalys

Genom att med ett idéanalytiskt angreppssätt studera de texter som producerats av Öresundskommiteen, där de egenskaper som framhävs för att ge uttryck för regionens profil presenteras, är min förhoppning att jag ska kunna ge en djupare förståelse för vilka idéer som är rådande för detta regionala projekt.

För att kunna förstå de politiska budskap som kommer till uttryck i de texter som författats av Öresundskomiteen är det viktigt att dessa sätts in i en kontext för att därmed förstå det sammanhang som är med till att ge idéerna mening (Beckman 2007 s. 16). Den kontext i vilken jag finner det lämpligt att förstå de för min studie aktuella texterna är den om regioners framväxt, betydelse och konkurrens.

Idéanalysen kan ta olika riktningar beroende på vad som anses utgöra studiens fokus. I mitt fall anser jag att en aktörscentrerad idéanalys är lämplig då jag avser att ta hänsyn till den kontext inom vilken de aktörer som uttrycker de för studien intressanta idéerna agerar inom. Att inte enbart studera idéerna (vilket görs vid en idécentrerad analys) utan att också se till vem som uttryckt dessa och vid vilken tidpunkt gör det möjligt att presentera en mångfasetterad och mer levande bild av problemet (Beckman 2007 s. 18). Jag ser det som relevant att ha en aktörscentrerad riktning då jag är intresserad av att studera hur idéer kommer till uttryck genom en specifik och för området betydelsefull aktör, Öresundskomiteen.

Min studie kan sägas anta formen av en beskrivande idéanalys då jag försöker beskriva vad den regionala profileringen är ett uttryck för (Beckman 2007 s. 48), vilka är de bakomliggande idéer som kommer till uttryck och hur profileras medborgarna. Genom att utifrån de teoretiska perspektiven skapa och lägga någon form av filter över materialet kommer jag inte bara att återge eller redogöra för ett material, något som av kritiker påstås vara föremålet för en beskrivande analys, utan också kunna dra slutsatser om det. Med en beskrivande idéanalys kan jag som Beckman uttrycker det ”med viss systematik sortera materialet på ett sätt som inte omedelbart eller konkret går att utläsa ur materialet självt” (Beckman 2007 s. 49). Det är alltså tal om att försöka synliggöra det latent budskap som förmedlas.

I en beskrivande idéanalys där materialets innebörd kan förstås på olika sätt är det av största vikt att jag presenterar belegg för mina egna tolkningar av materialet. Detta görs med fördel med utgångspunkt ur de teoretiska perspektiv som också ligger till grund för de tolkningar som görs. Att argumentera för de slutsatser som dras är dock inte att förväxla med den argumentation som ligger till grund för den normativa analysen. I mitt fall handlar ett argumenterande om att uttala sig om hur ett material *kan* förstås och inte likt den normativa

analytikern ta ställning i de frågor och utsagor som materialet uttalar sig om. Att beskriva ett material innebär att göra någon form av uttalande om dess egentliga innehåll och karaktär. Varje sådant uttalande görs utifrån någon form av måttstock och det är här de teoretiska dimensionerna kommer till användning. Tolkningen av materialet görs utifrån hur väl de stämmer överens med de mätpunkter eller dimensioner som konstruerats utifrån de teoretiska perspektiven. En förutsättning för att kunna göra denna typ av beskrivningar kan alltså sägas vara en jämförelse mellan hur olika materialet förhåller sig till olika mätpunkter (Beckman 2007 s. 51ff.) .

## 2.2 Idealtyp

För att de teoretiska perspektiven ska kunna ställas i relation till materialet på ett givande sätt är utformandet av *idealtyper* en lämplig metod. Idealtypen kan bäst beskrivas som en renodling av de teoretiska aspekterna och ska inte tas för att vara en direkt avspeglings av verkligheten. Den är snarare en teoretisk modell där karaktäristiska drag och egenskaper framhålls och renodlas. Poängen med att använda sig av idealtyper i en empirisk studie är att de fungerar som kontrastbilder och gör det på så vis möjligt att se hur den teoretiska aspekten förhåller sig till materialet (Teorell & Svensson 2007 s. 42f.).

Det fördelaktiga med att använda en idealtyp som jag ser det är att den renodling av de teoretiska aspekterna innebär en möjlighet att belysa klart definierade och avgränsade teoretiska dimensioner utifrån vilka det är möjligt att säga något om förhållandet mellan teori och material. Därmed ges det med denna metodologi goda förutsättningar för att teorin kan användas på ett sådant sätt att den bidrar till att ge ökad förståelse för den empiri som är i fokus för studien. Gemensamt för både idealtyper och dimensioner som också kan vara fruktbart att använda sig av vid en ideanalys är att de båda utgör de glasögon genom vilka jag ser mitt material. I båda fallen har möjligheten att bestämma dess ”slipning”, vilket görs genom mitt val av vad jag ser som relevanta dimensioner resp. vilka renodlade aspekter av teorierna som ska konstruera idealtyperna.

Likväl som det är intressant och relevant att se till de regionala och medborgerliga egenskaper som lyfts fram och inkluderas i profileringen av denna är det också av värde för studien att se vilka egenskaper som inte lyfts fram. En beskrivning och framställning av den medborgerliga identiteten förutsätter *inklusion* såväl som *exklusion* av olika egenskaper (Hall 2003 s. 119).

Den utgångspunkt som jag tar för min studie vilar på samma grunder som de Weber menade utgjorde fundamenten för samhällsvetenskapen, nämligen att försöka nå en tolkad förståelse av socialt handlande. Med socialt handlande menas sådant handlande som tar hänsyn till andra aktörers beteende och därmed kan sägas vara medveten om sin egen riktning. Hur Öresundskomiteen väljer att profilera regionen genom att tillskriva den vissa egenskaper för att påverka andra och tjäna vissa syften är alltså i denna mening en form av socialt handlande. Handlingar kan sägas ha två dimensioner en *subjektiv* och en *intersubjektiv* och i min studie kommer jag att fokusera på den subjektiva aspekten som innefattar vad en aktör

(Öresundskomiteen) menar med sitt handlande. Ett handlande kan förstås genom att orsakerna som kan tänkas ligga till grund för handlandet rekonstrueras. Handlandet kan sedan förstås som det val aktören anser vara det medel som lämpar sig bäst för att nå de mål på vilka grunderna för handlingen vilar. (Hollis 2008, s. 147ff).

## 2.3 Avgränsning

Denna studie är begränsad vad gäller omfång och tid och kräver därför sina prioriteringar. I Öresundsregionen verkar en rad olika aktörer vars agerande skulle vara intressant att studera för att skaffa sig en djupare förståelse för hur Öresunds- medborgaren framställs, vilka egenskaper denne tillskrivs och vad en sådan medborgerlig profilering kan tänkas få för framtida konsekvenser för det regionala projektet. Jag har valt att fokusera på Öresundskomiteen då denna är den politiska plattform där vi finner representanter från lokala och regionala myndigheter från både Danmark och Sverige. Dessa representanter företräder andra aktörer som också kan anses vara betydelsefulla t.ex. Malmö Stad, Region Skåne och Köpenhamns kommun (Hall et al. 2005. s. 35).

Likt Öresundsregionen spänner också Öresundskomiteen med sina olika representanter över geografiska och territoriella gränser och är samtidigt den viktigaste gemensamma politiska aktören i regionen. Då denna studie syftar till att ge en ökad förståelse för det Öresundsregionala projektet menar jag att det lämpar sig väl med denna avgränsning.

## 2.4 Material

Det material jag analyserar består av dokument som publicerats av Öresundskomiteen men också andra skriftliga källor där regionens politiker uttalat sig och där en regional profilering uttrycks. Förutom det material som är direkt sprunget ur Öresundskomiteen eller någon av dess representanter har jag också använt mig av material från "Öresund Network". Detta är en organisation som skapades av Öresundskomiteen med syftet att göra regionen synlig utåt genom marknadsföring av denna och dess "brand" (Hall et al. 2005 s. 94). Organisationen Öresund Network ska alltså ses som ett redskap för att föra ut Öresundskomiteens budskap och inte som en från Öresundskomiteen fristående aktör med en egen agenda.



## 3 Vem är medborgaren?

De teoretiska perspektiv jag använder går ut på att ge en förståelse för hur den medborgerliga identiteten ges uttryck genom regional profilering, vilken typ av medborgare man söker locka samt vilka konsekvenser detta kan tänkas få. Olika teoretiska ingångar kommer alltså att användas för att ge en djupare förståelse för problemområdet. Tyngdpunkten och den huvudsakliga teoretiska fokuseringen ligger på teori som kan öka förståelsen för vilken typ av medborgare som passar in i den regionala profileringen vem den vänder sig till.

I detta avsnitt kommer en medborgerlig idealtyp att ställas mot de olika egenskaper medborgarna tillskrivs i den regionala profileringen. Föremålet med detta är att analysera huruvida dessa karaktäristika som tillsammans bildar en idealtyp beträffande den kreativa klassen går att finna i den bild av medborgaren så som denne framställs av Öresundskomiteen? Utifrån teori kring medborgarskap och medborgerlig förankring kommer jag även att diskutera vad en sådan profilering av medborgaren kan tänkas ha för betydelse för utvecklingen av det Öresundsregionala projektet.

Övriga teoretiska perspektiv som också kommer behandlas i kommande avsnitt och ställas mot empirin är teori kring hur regional profilering kan fungera som medborgerlig identifikation. Detta perspektiv bidrar med förståelse för hur regional profilering kan förstås som ett försök att framstå som attraktiv och locka till sig resurser utifrån och dels hur profilering av regionen kan fungera som identifiering för de medborgare som lever och verkar inom den.

### 3.1 Profilering som Identifikation

Petter Boye<sup>1</sup> skriver om hur ledande politiker med hjälp av olika koncept försöker forma en bild av en region i syfte att attrahera kompetenser och investerare till regionen. De vanligaste sätten att beskriva en region för att framstå som attraktiv för dessa aktörer är med begrepp som har en funktionell framtoning och riktar sig mot internationella aktörer. Exempel på sådana funktionella begrepp är *kompetenscenter*, *infrastrukturellnav*, *potentiell marknad* etc. Enligt Petter Boye är dessa föreställningar eller ”kognitiva ramar” helt avgörande för konstituerandet av Öresundsregionen, regionen som ett koncept blir grogrunden för den regionala processen (Boye 2000 s. 213f).

---

<sup>1</sup> Forskare och Universitetslektor verksam på BBS (Baltic Business School) vars främsta fokusområden är strategi- och affärsutvecklingsprocesser (Högskolan i Kalmar 2009).

Visionen om regionen är samtidigt relaterad till medborgaren så som den ingår i visionen. Utifrån detta synsätt kan bilden av regionen "den regionala identiteten" sägas vara en avspiegling av den medborgerliga identiteten. När man då väljer att fokusera på vissa aspekter och koncept som karaktäristiska för den regionala identiteten görs denna samtidigt till en spegling av den medborgerliga identiteten (Slocum & Langenhove 2005 s. 137f.). Medborgaren tillskrivs därmed de egenskaper som tillsammans utgör den regionala identiteten och den regionala profileringen kan därmed sägas fungera som identifikation för medborgaren i regionen. "Vi bor i storbyen" skriver Öresundskomiteen och är ett exempel på vad som kan sägas fungera som identifikation för den urbana medborgaren men innebär också att en stor del av regionens invånare får det svårt att identifiera sig som medborgare i Öresundsregionen. Andra egenskaper som anses centrala och som kan fungera som medborgerlig identifikation är följande: vi är *välutbildade*, vi är *kunskapsintensiva*, vi *tjänar pengar* och vi är *mobila* (Öresundskomiteen 2009 s. 4f., 13).

Fokus på det funktionella är ständigt återkommande i de skrifter som Öresundskomiteen står bakom. I "Öresunds lilla blå" beskrivs Öresundsregionen som en dynamisk tillväxtregion som genom sin "koncentration av intellektuellt kapital" och "effektiva infrastruktur" blir en av de mest attraktiva regionerna i Europa (Öresund Network 2005a s. 5, 10f). Det går även att läsa om hur det löpande görs stora satsningar för att utveckla den redan högklassiga infrastrukturen i regionen som redan nu fungerar som ett logistiskt nav. Genom detta nav finns det möjligheter att nå en stor regional marknad (Öresund Network 2006, s. 13).

## 3.2 Inkludering och exkludering

För att kunna förstå identitet är det en förutsättning att förstå på vilket sätt konceptet används och vad föremålet med detta är. En viktig anledning till att utforma en regional identitet som vissa grupper av människor kan komma att identifiera sig med är att detta på så vis ökar sannolikheten för att denna grupp ska komma att ingå som en del av regionen (Slocum & Langenhove 2005 s. 138ff.).

Genom den regionala profileringen kan alltså politiker få "önskade" grupper att identifiera sig med regionen. Att lyfta fram egenskaper för regionen som stämmer överens med vissa medborgare och är vad jag ovan benämnt "profilering som identifikation". Ur ett demokratiperspektiv där vikten av medborgerlig förankring lyfts fram blir det intressant att se på vilka egenskaper som regionen och medborgaren tillskrivs, då detta innebär en inkludering och exkludering av olika egenskaper och således också en inkludering och exkludering av medborgare i det regionala projektet. Det är ur ett demokratiperspektiv viktigt att inte bara en typ av medborgare får sätta sin prägel på regionen och därmed definiera regionen utifrån en elitgrupp (Hall et al. 2005 s. 48ff.).

Det finns en uppsjö av symboler som kan komma att användas och göra uttryck för vad som kan sägas utgöra en identitet som t.ex. en gemensam historia, ett språk, kulturella monument och historiska platser (Slocum & Langenhove 2005 s. 143). Historiska och kulturella egenskaper är alltså möjliga att lyfta fram för att profilera och identifiera en region och dess medborgare. Ofta är föremålet för en sådan profilering att stärka de inre kopplingarna i regionen. Vad gäller den profilering av Öresundsregionen som jag kunnat ta del av genom

Öresundskomiteens material och texter presenteras både historiska och kulturella aspekter av regionen men sporadiskt och som föremål möjliga att konsumera. Denna syn på kultur ligger i linje med tanken om den funktionella regionen, vars föremål är att främja den ekonomiska tillväxten, då olika kulturella yttringar kan bidra med ny dynamik till den regionala ekonomin (Öresundskomiteen, 1999, s. 16). Genom att konstruera en identitet utifrån regional historia och kultur inkluderas vissa grupper av människor men samtidigt exkluderas andra grupper som inte känner att de kan relatera till en historisk identitet. Det kan därmed inte ses som önskvärt att blicka bakåt för att finna en regional identitet om målet är att skapa en stabil region och regional identitet för framtiden. För det ändamålet kan en rad andra aspekter av den regionala identiteten än historiska kopplingar tänkas vara mer intressanta då föremålet är att främja den ekonomiska tillväxten i regionen (Nilsson 2000, s. 209f.).

Att exkludera historiska och kulturella aspekter kan också fungera som underlättande för nykomlingar att ta en plats i regionen. Detta har kommit att bli än viktigare på senare tid då regioner konkurrerar på en internationell marknad och den attraktiva arbetskraften också kommit att bli allt flexiblere vad gäller val av plats att verka bo och verka på. Denna flexibilitet kommer bland annat till uttryck i, vad Jamie Peck<sup>2</sup> beskriver som bristande engagemang för det lokala och svaga band till samhället. Individualiteten hyllas och diskursen kring den flexibla, kreativa, produktiva innovativa och individualistiska medborgaren är ett försök att normalisera de förhållanden som råder på en arbetsmarknad som präglas av ständig osäkerhet och intensiv konkurrens. Tanken om att en viss kategori medborgare är bärare av ekonomisk tillväxt gör att strävan efter ekonomisk tillväxt blir detsamma som strävan att attrahera den grupp. Saknaden av starka band till det lokala och ett svagt samhälligt engagemang gör denna grupp som kommit att få etiketten ”den kreativa klassen” mobil vilket också innebär att konkurrensen om att attrahera denna inte är begränsad till ett klart avgränsat geografiskt rum utan faktiskt är internationell (Peck 2005 s. 764f.).

Petter Boye menar att vi ska se Öresundsregionen som en social konstruktion vars identitet kan sägas utgöras av en rad olika koncept. Han menar att ledande politiker, som Öresundskomiteen är en samling av, med hjälp av olika koncept försöker forma en bild av en region i syfte att attrahera investerare och attraktiva kompetenser till regionen. De vanligaste sätten att beskriva en region för att framstå som attraktiv för dessa aktörer är med begrepp som har en funktionell framtoning och riktar sig mot internationella aktörer. Exempel på sådana funktionella begrepp är kompetens- center, infrastrukturellt- nav, potentiell marknad etc. Det kan enligt Boye ofta vara så att många olika begrepp och koncept konkurrerar och dessutom varierar i processen att profilera regionen (Boye 2000 s. 213f.).

Som det uttrycks i skriften ”Mötesplats Öresund: Gränsregionalt samarbete ...” är den inom- regionala gemenskapen viktig och visionen för regionen är att den ska utvecklas till en av Europas mest integrerade regioner. Målet för Öresundskomiteen är att stärka regionen och göra den synlig såväl regionalt som internationellt. Det finns också en uttalad vision om att skapa en funktionell region som främjar den ekonomiska tillväxten i regionen. Funktionalitet definieras i detta fall som frånvaro eller minimering av hinder för en fungerande marknad (Öresundskomiteen 2001b s. 5 & Hall et al. 2005 s. 91).

---

<sup>2</sup> Jamie Peck är professor och bedriver bl.a. forskning med inriktning mot urban och regional politisk ekonomi, verksam på University of British Columbia (Peck 2010).

Den funktionella regionen och framhävandet av denna tycks vara överordnad tanken om en integrerad region, där det centrala är vikten av en väl integrerad arbetsmarknad för den välfungerande och funktionella regionen. När invånare och verksamheter kan verka fritt över gränser inom regionen kommer de resurser som finns i regionen att kunna utnyttjas till fullo (Öresundskomiteen 2003 s. 3). Ett än tydligare uttryck för att den funktionella och konkurrenskraftiga regionen kan ses som överordnad tanken om den integrerade regionen är följande citat:

”[...]Målsättningen om tillväxt tar utgångspunkt i att Öresundsregionen skall ha en stark internationell profil och vara en attraktiv metropolregion med konkurrenskraft och stor tillväxtpotential. Öresundsintegration är inte ett mål i sig utan ett sätt att främja tillväxt och välfärd.” (Öresundskomiteen 2005, s. 2)

För att framstå som attraktiv krävs som Boye menar att vissa egenskaper lyfts fram. I strävan efter den funktionella regionen kan vi alltså tänka oss att Öresundskomiteen inkluderar vissa egenskaper medan andra exkluderas när det kommer till att profilera regionen och medborgaren. Vem är då den önskvärda medborgaren att attrahera för att nå målet om en funktionell region som genererar ekonomisk tillväxt?

### 3.3 Tre T'n

I Richard Floridas bok ”The Rise of the Creative Class” uttrycker även han tankar om vikten av att kunna identifiera sig med en plats. Han menar att den plats som kan bekräfta den kreativa människan i dennes identitet också har störst chans att attrahera denna grupp. Det är avgörande att platsen, staden eller regionen, visar att den hyser andra likasinnade kreativa medborgare då det framförallt är andra kreativa människor som fungerar som dragplåster och får andra kreativa själar att följa i dess fotspår (Florida 2005 s. 218, 223).

Alla dessa ovan nämnda koncept som stämmer väl överens med de platser som anses vara attraktiva för den *kreativa klassen* och de egenskaper som tillskrivs denna. För att attrahera den kreativa klassen krävs enligt Richard Floridas mening att en plats kan uppvisa tre centrala komponenter; *Teknologi, Talang och Tolerans*. Dessa egenskaper är också de som Öresundskomiteen är flitiga med att lyfta fram som karaktäriserande för regionen och dess medborgare. I skriften ”Two Countries, One Region” framgår att regionens främsta styrkor är: en högteknologisk industri, högutbildade medborgare, välutvecklad infrastruktur samt hög livskvalitet (Öresund Network 2005c s. 3).

Tolerans är av stor vikt i det hänseendet att ju färre hinder som finns för tillträde till en gemenskap och ju snabbare nykomlingar accepteras desto större attraktionskraft utgör denna typ av plats för den kreativa klassen. Tolerans kommer i Floridas ögon till uttryck i form av mångfald och de platser som präglas av detta vad gäller dess medborgare tilltalar den kreativa klassen (Florida 2003 s. 249, 253). Öresundsregionen framstår i materialet som en region där dessa så viktiga tre ”T’n” finns representerade. Framförallt läggs tonvikten vid *teknologi* och

*talang* men också *tolerans* framgår att vara utmärkande för regionen då Sverige och Danmark presenteras som de länder som anses vara de mest toleranta och öppna samhällena i världen. ”Den kulturella mångfalden och jämlikheten mellan könen bidrar till att göra regionen till ett av de områden på jorden det är bäst att bo på” (Öresund Network, 2006, s. 5, 15)

Talang i form av mänsklig kreativitet har kommit att utgöra själva kärnan för ekonomisk utveckling och kräver en stödjande omgivning med ett brett spektra av social, kulturell och ekonomisk stimulans (Florida 2003 s. 22). Framhävandet av denna mänskliga talang är något av det mest frekvent förekommande i materialet och kommer t.ex. i uttryck genom framhävandet av olika spetskompetenser som utmärkande för Öresundsregionen, innovationsmiljöer i världsklass och att regionen har den största koncentrationen av intellektuellt kapital i norra Europa (Öresund Network 2005a s. 10, 12).

Tillsammans med tolerans och talang är teknologi den egenskap som Florida menar attraherar den kreativa klassen genom att denna grupp människor kan identifiera sig med dessa egenskaper. Att Öresundsregionen också besitter detta tredje ”T” framgår med all önskvärd tydlighet i Öresundskomiteens profilering av regionen. Den högteknologiska industrin i Öresundsregionen beskrivs som en av de mest framgångsrika i Europa (Öresund Network 2006 s. 13).

## 4 Den kreativa klassen – en idealtyp och ett önskvärt ideal

Den *kreativa klassen* har av Richard Florida framhävts som räddningen för den västerländska ekonomin. För Florida är det avgörande för en geografisk plats att locka till sig människor som kan sägas tillhöra denna grupp och sambandet mellan att attrahera dessa och att sedan nå ekonomisk utveckling påstås vara deterministiskt. Kommer den kreativa klassen så kommer också ekonomisk tillväxt att följa i dess spår. Att säkerställa att dessa kreativa själar känner sig välkomna, att staden uppfattas som inbjudande är vad som ligger på stadens ledares ansvar och ses av Florida och hans anhängare som dess främsta uppgift (Peck 2005 740f.).

Utifrån de egenskaper som den kreativa klassen tillskrivs i den teoretiska framställningen har jag identifierat fem dimensioner och karaktäristika som tillsammans kan ses som en renodling eller idealtyp av den kreativa klassen. Denna idealtyp av den kreativa klassen består av följande dimensioner: *urban*, *individ-fokus*, *idéburen spetskompetens*, *nätverkande (slutna grupper)* och *konsumerande*.

Att den kreativa klassen är en *urban* samling människor går att se i de intressen och preferenser som denna grupp tillskrivs och de krav på egenskaper som de ställer på den plats dit de kan tänka söka sig. Den kreativa personen söker sig till och attraheras av platser som visar upp ett rikt kulturellt utbud, en stor variation av invånare och ett brett utbud av såväl arbetsmöjligheter som boendeformer. Själva kärnan i Richard Floridas teori är att det just är *städerna* som ska locka denna kreativa klass då det är städerna som är det moderna samhällets motorer (Florida 2003 s. 225, 249).

I centrum för den kreativa klassen står individen, den kreativa människan. Det som anses vara viktigast för denne är självförverkligande och den plats och omgivning i vilken den kreativa klassen verkar blir till medel för att nå detta självförverkligande. Den plats som erbjuder de bästa möjligheterna och därmed kan anses som det bästa medlet för självförverkligande kommer också att attrahera medborgaren av den kreativa klassen (Peck 2005 758ff., Florida 2003 s. 269, 273 ).

Att uppnå självförverkligande är i Floridas mening likställt med realiserandet av de idéer och innovationer som den kreativa klassen bär på och som kan göras till verklighet i rätt urban omgivning. Att den kreativa klassen anses vara så attraktiv och avgörande för den moderna stadens utveckling är att den innehar de kompetenser som den nya kunskapsintensiva industrin bygger på, nämligen *idéburen spetskompetens* (Peck 2005 s. 744, 753, Florida 2003 s. 222f.).

Den kreativa klassen är rik på humant kapital men desto mindre intresserad av det som benämns som socialt kapital. Detta avspeglar sig också i de typer av kontakter och förhållanden som dominerar inom den kreativa klassen. Det är framförallt *nätverkande* och ytliga kontakter som knyts, företrädesvis med likasinnade kreativa själar vilket gör att den kreativa klassen rör sig inom slutna grupper.

Både Richard Florida och Jamie Peck beskriver den kreativa klassens förhållande till staden som inriktat på *konsumerande*. Det ska finnas tillgång till det kulturella utbudet när det

passar den kreativa människan och staden ses som en form av underhållningsmaskin som är till för konsumeras. Staden är den arena på vilken den kreativa klassen vill få tillgodosett sitt behov av upplevelser och ska inte kräva några åtaganden (Florida 2003 s. 259, Peck 2005 s. 746).

## 4.1 En urban klass och region

I skriften "Mötesplats Öresund: Gränsregionalt samarbete – från vision till verklighet" ställer Öresundskomiteen inledningsvis frågan när medborgaren i Öresundsregionen kommer att känna sig som en del av denna. Är det när den funktionella regionen är förverkligad och det går lätt att resa över sundet?, eller är det när medborgaren känner sig hemma vart än i Öresundsregionen denne befinner sig? (Öresundskomiteen 2001b s. 4). Richard Florida framhåller vikten av att den kreativa klassen känner sig hemma och kan identifiera sig med en plats för att den ska verka attraktiv samtidigt som han understryker att den kreativa klassen är en urban klass. När en plats tidigare kunde fungera som en plats att tjäna pengar på och en annan för underhållning kräver den kreativa klassen en plats som kan erbjuda båda delar för att den ska verka attraktiv (Florida 2003 s. 222ff.).

Som det framgår av profileringen av regionen är Malmö och Köpenhamn tvillingstäderna som på varsin sida om sundet tillsammans utgör det center som är ett av de allra mest intressanta i Europa vad gäller tillväxt. Detta center har kommit att inte bara ligga i framkant vad gäller handel och en högteknologisk industri utan också sett till utbildning, forskning, kultur och underhållning. "Öresundsregionen är helt enkelt den gränslösa metropolen med landsbygden vid tröskeln" (Öresund Network, 2005c, s. 2)

Öresundsregionen beskrivs i skriften "Öresund: Two Countries, One Region" som en storstadsregion och att denna präglas av en internationell och öppen miljö. I samma skrift går det också att läsa hur ständiga satsningar görs för att utveckla infrastrukturen i regionen. De infrastrukturella satsningar som lyfts fram är Metron i Köpenhamn och den kommande City-Tunneln i Malmö, dvs. urbana projekt. Det ges även uttryck för att komiteen genom sitt arbete har som mål att Öresundsregionen ska bli ett av de mest integrerade storstadsområdena i Europa (Öresund Network 2006 s. 3, 13, Öresundskomiteen 2003 s. 4).

I förhållande till tanken om att maktutövning bör ske med största respekt för alla medborgare och att allas intressen ska ha lika stor chans att göras hörda (Hall et al. 2005 s. 28) samt att Öresundskomiteen har som mål att stärka integrationen i hela regionen blir det urbana fokus som till stor prägla profileringen av Öresundsregionen intressant. När det Öresundsregionala rummet avgränsas och definieras ingår hela Själland, Lolland, Falster, hela Skåne samt Bornholm, de olika områdena verkar dock spela vitt skilda roller i det Öresundsregionala projektet. När storstaden står för agerandet och innovationer, spetskompetenser, högteknologiska industrier etc. som är med till att driva regionen framåt erbjuder den oförstörda landsbygden ett obegränsat utbud av friluftaktiviteter, däribland nittio golfbanor (Öresund Network 2005c s. 9).

## 4.2 Individen i fokus

Richard Florida menar att vad den kreativa klassen önskar komma bort ifrån är den sociala kontroll som återfinns i samhällen med starka sociala band. Denna kontroll inkräktar på möjligheten att leva sitt eget liv och den individualism som är karaktäristisk för den kreativa klassen och hämmar framväxten av den mångfald som kännetecknar det platser som är attraktiva i den kreativa klassens ögon. Traditionella värderingar av ett tätt och sammanhängande samhälle motverkar nytänkande och ekonomisk tillväxt. De samhällen som lockar den kreativa klassen och som vuxit fram där denna finns representerad är mer individualistiska och med svagare band mellan medborgarna. Starka band mellan medborgarna har tidigare ansetts vara önskvärt, svaga band anses idag vara mer effektiva. Tankarna om ett starkt politiskt ledarskap och starka institutioner som säkerställer den kollektiva välfärden och upprätthåller gemensamma värden får som Florida uttrycker det; stiga åt sidan och ge plats åt något nytt. Samhällen som värnar om gemensamma värden och lägger vikt vid det som benämns som socialt kapital<sup>3</sup> rör sig helt enkelt i motsatt riktning mot de kreativa samhällen där mångfalden, innovationerna och den ekonomiska tillväxten ökar. I dessa senare samhällen har man förstått värdet av det som Florida benämner *humant kapital* (Florida 2003 s. 221ff., 269, 273).

De urbana, kreativa center som Florida identifierar visar gemensamt, förutom att de just är kreativa center med allt vad det innebär, låga nivåer av socialt kapital och ett medelmåttigt politiskt deltagande (Florida 2003 s. 275). För att återknyta till tidigare resonemang gällande att profilering handlar om inkluderande såväl som exkluderande av egenskaper saknas den politiskt engagerade medborgaren i Öresundskomiteens beskrivning av medborgaren i regionen. Det närmaste jag kommer en politiskt engagerad medborgare med stark förankring i det lokala är de danska och svenska medborgare som under fjorton-, femton-, och sextonhundredatalen krigade mot varandra (Öresund Network 2006 s. 17).

Genom att politiska egenskaper exkluderas avpolitiserar medborgaren då förmåga till att engagera sig och påverka samhället bl.a. bygger på föreställningen om den egna rollen i samhället (Hall et al. 2005 s. 50). Ett bekräftande av den politiskt engagerade medborgaren kan alltså bidra till att skapa en politiskt engagerad medborgare och på samma sätt avpolitiserar medborgaren genom frånvaron av politiskt engagemang i framställningen av medborgaren. Utifrån det material jag tagit del av är medborgaren i Öresundsregionen en stark individ som med sin höga utbildning, innovationsanda och drivkraft på egen hand skapar sig sin framgång och lycka. Som Öresundskomiteen uttrycker det kräver en region engagemang av alla som bor och verkar inom den och illustrerar sedan detta engagemang med arton olika projekt och verksamheter som startats av drivna och engagerade medborgare och som därmed bidragit till den regionala utvecklingen (Öresundskomiteen 2001a s. 2ff.).

Den medborgerliga identitet vi ser i Öresundsregionen bygger inte på någon gemensam kulturell identitet utan på tankar som underlättar marknadsintegrationen och förverkligandet av den funktionella visionen (Hall et al. 2005 s. 83). Framhävandet av den starke individen som med sitt kreativa sinne driver samhället framåt medan det offentliga tillskrivs en ytterst

---

<sup>3</sup> *Socialt kapital* definieras av Bourdieu som de resurser en individ kan tillägna sig genom att vara en del av en viss grupp (Heine Andersen & Lars Bo Kaspersen, *Klassisk og moderne samfundsteori*, 2007, s. 352).



undanskymd roll utgör vad Peck identifierar som ett *neoliberalt urbant tillstånd* och på vilket Floridas tankar vilar. Den svaga kopplingen mellan den kreativa klassen och samhällets övriga medborgare menar Peck återfinns i den självbild som avbildar en klass av oberoende specialister som väljer att gå sina egna vägar och inte har en tanke på att rätta in sig i något led. Den centrala tanken som gäller för den kreativa klassen kring dess roll i samhället är att de unika kompetenser den besitter mer än gärna får tas i anspråk och påverka samhället. Att sedan förvänta sig att personen bakom dessa idéer ska infoga sig i någon form av kollektiv kultur som kräver anpassning är att be om för mycket (Peck 2005 758ff.). Florida verkar dock medveten om och bekymrad över vad en absolut tilltro till den kreativa klassen och dess förmåga att leda vår tids utveckling kan leda till då han skriver att om den ”kreativa ordningen” får råda utan yttre inblandning kan detta system snarare förvärpa några av de problem som vi brottas med idag än lösa dessa (Florida 2003 s. 23). Härmed inte sagt att den kreativa klassen är ovillig att ha starka band till människor i sin närhet, de låter bara inte dessa styra de val de träffar i sina liv. Svagare band är betydligt flexibla, kräver mindre tid och denna typ av förbindelser kan därmed konstruera betydligt större nätverk än de av starka band. Detta gör i sin tur att den kreativa klassen har en ökad tillgång till mänskliga resurser och ges på så vis större möjlighet att förverkliga idéer av olika slag (Florida 2003 s. 277).

### 4.3 Spetskompetens

*Humant kapital* eller *human capital* är som ovan nämnt ett centralt begrepp i Floridas teori rörande den kreativa klassen men återfinns också i det namn eller ”brand” som Öresundskomiteen beslutat ska vara det som profilerar regionen, nämligen ”The Human Capital of Scandinavia” (Öresund Network 2005c s. 3).

Humant kapital menar Richard Florida är direkt avgörande för den nya tidens samhälle och då dess utveckling primärt styrs av människor och inte av faktorer som närhet till naturtillgångar eller till viktiga transporter som på så vis skulle kunna göra handeln på denna plats effektiv. Ekonomisk tillväxt nås inte genom att minimera utgifter utan genom att förse sig med högutbildade och produktiva individer (Florida 2003 s. 220). Att Öresundsregionen och dess medborgare besitter dessa kvaliteter råder det inga tvivel om. Under rubriken ”Where Human Capital Grows” framgår det att regionen tillhandahåller Skandinavien största andel akademiker och en av de mest frekventa i Europa vad gäller vetenskapliga åstadkommanden. Medborgarna är inte bara välutbildade utan också några av världens mest innovativa och med täta samarbeten mellan universitet, myndigheter och affärs- världen gör detta regionen och dess medborgare mer konkurrenskraftiga än många andra (Öresund Network 2006 s. 7, 10f.).

Det är de mänskliga faktorerna, *humant kapital*, som anses vara de drivande krafterna för ekonomisk tillväxt och således också för en önskvärd utveckling av det urbana. Städerna och dess politiska ledare måste göra målmedvetna satsningar för att upprätta ett klimat som kan tänkas vara rätt för denna föredragna klass av kreativa människor. Om detta inte görs kommer städerna, enligt Florida, att tyna bort och dö (Florida 2003 s.7, 12f.).

Jamie Peck ser framväxten av den kreativa klassen och diskursen kring denna som skapandet av en ny överklass i ett samhälle där den enda egenskapen som har någon egentlig betydelse är den ”kreativa kapacitet” som denna klass besitter. Denna kreativa kapacitet och

innovativa förmåga blir allt viktigare då vi i allt större utsträckning rör oss mot en kunskapsintensiv ekonomi. Det som avgör huruvida en stad blir en vinnare eller förlorare i denna ordning är dess förmåga att attrahera de rätta talangerna för att nå ekonomisk tillväxt, vilka begreppet *kunskapsintensiv ekonomi* implicit uttrycker är de med de rätta kognitiva förmågorna (Peck 2005 s. 744, 753).

Av vad som framgår i det material jag tagit del av saknas aldrig beskrivningen av en ytterst kompetent region i form av högutbildade medborgare. Profileringen av regionen och dess medborgare är till stor del av den typen att det finns en stark koncentration av spetskompetenser i regionen. Richard Ek skriver att de största förväntningarna inom det Öresundsregionala projektet också ligger på de medborgare som anses ha den rätta ”pionjärandan”. Den rätta pionjärandan är enligt Ek att finna hos de medborgare som är högutbildade, specialister med arbete inom universitetsvärlden, kultursektorn, kommunikation eller IT. Det är denna grupp som är i majoritet vad gäller att pendla och röra sig inom regionen, en rörelse i huvudsak begränsad till sträckan över Öresund (Richard Ek 2003 s. 200).

## 4.4 Nätverk

Florida driver tesen att den kreativa klassen attraheras och lockas av platser som redan hyser grupper av likasinnade. Det är inte enbart jobbmöjligheterna som är den avgörande faktorn när det kommer till den kreativa klassens val av plats att slå sig ner på. Än viktigare menar Florida är huruvida staden har grupper av kreativa människor som gör det möjligt för andra kreativa själar att identifiera sig med platsen, att den bekräftar den kreatives självbild och därmed attraheras av den. Ju större antal talangfulla och högutbildade som finns i en stad desto bättre rustad är också denna för att locka till sig ytterligare kreativa talanger. Att platser med kreativa lockar än fler likasinnade gör att det skapas vad Florida kallar för ”kreativa centra” med väl utvecklade nätverk som erbjuder möjligheter för den kreativa klassens självförverkligande (Florida 2003 s. 222f, 241, 243).

De medborgare som ges utrymme i texten har haft ett intresse av att finna dessa centra med nätverk som gör det möjligt att förverkliga de idéer som de sitter inne på. Det har också visat sig vara viktigt att de barriärer som skulle kunna tänkas försvåra nätverkande och samarbete plockas bort. Medborgarna har som det uttrycks av Öresundskomiteen varit intresserade av att kulturella, byråkratiska, lagmässiga och skattetekniska barriärer som kan motverka ett effektivt nätverkande hålls nere till ett minimum (Öresundskomiteen, 2001a s. 7, 9).

Samarbetet ”Triple Helix” som är en form för nätverk mellan universitet, myndigheter och näringsliv lyfts fram som en av regionens stora fördelar. Detta samarbete underlättar för nätverkande och att kontakter knyts mellan olika parter inom dessa sfärer. Öresundskomiteen lyfter själva fram just det faktum att de varit med till att etablera flera privata såväl som offentliga nätverk. De viktigaste kontakterna skapas genom att människor utnyttjar möjligheten att leva, arbeta och att även på sin fritid aktivera sig i regionen (Öresundskomiteen 2003 s. 2)

Trenden vi kan se är att befolkningen delar upp sig rent geografiskt efter klass och på så vis till viss del sluter sig. Florida identifierar tre klasser utifrån olika yrkeskategorier. Han talar om den kreativa klassen, service klassen och arbetar klassen och lyfter ett varningens finger för

att den klass- geografi som han till stor del förespråkar kan utgöra grogrund för nya typer av konflikter mellan olika medborgare och splittra befolkningen (Florida 2003 s. 242).

## 4.5 Konsumerande

Florida säger sig ha identifierat att den kreativa klassen föredrar attraktioner och underhållning som befinner sig på ”gatunivå” och mer informell till sin karaktär än de mer klassiska och traditionella varianterna. Vad som också kommit att utmärka den kreativa klassens syn på underhållning är att den ska vara tillgänglig för konsumenten när det passar denne. Staden görs i Richard Floridas mening på så vis till en underhållnings maskin och den framtida staden är konsumerande snarare än producerande. Huruvida en stad kan sägas ha en framtid beror alltså på hur pass eftertraktade den anses vara av konsumenterna (Florida 2003 s. 225, 259). I Öresundsregionen finns ett stort och brett kulturellt utbud att ta del av, närhelst medborgaren så önskar, i form av allt från Michelin- restauranger till alternativa scener för konstnärer och artister (Öresund Network 2006 s. 15).

Kulturella aspekter kan som tidigare nämnt fungera som ett slags identifikation för regionen och medborgaren i denna, detta har Öresundskomiteen tagit fasta på men menar också att kulturen kan komma att få en än mer konkret betydelse. Olika former av kulturella yttringar sägs kunna komma att generera arbetstillfällen likväl som de kan tillföra en ny dynamik i den regionala ekonomin. Detta genom att regionen görs mer attraktiv för exempelvis investerare (Öresundskomiteen 1999 s. 16).

Att kultur är en viktig faktor i det regionala arbetet framgår också då kulturen inte bara sägs vara utvecklande och av betydelse för den personliga identiteten utan även kan tillföra ytterligare dynamik till den regionala ekonomin. Det är inte självklart så att de olika kulturella yttringarna i sig genererar någon betydande ekonomisk tillväxt men de kan fungera som lockbete för att attrahera nyckel- kompetenser i form av arbetskraft. Det förhåller sig så, menar Öresundskomiteen, att det framförallt är högutbildade människor som tar del av kulturutbudet och där det finns högutbildade människor dit söker sig också företagen. Kulturutbudet och antalet kulturinstitutioner är ovanligt många i Öresundsregionen sett till antalet invånare. Denna resurs ska utnyttjas genom samarbete i regionen, inte för att vi ska bli lika varandra utan för att vi ska kunna förstå och uppskatta varandras olikheter till fullo ”Kulturen utvecklar de mänskliga resurserna - human kapitalet – som blir framtidens viktigaste resurs” (Öresundskomiteen 1999 s. 16ff.). Att det anses viktigt för Öresundskomiteen att regionen har ett blomstrande kulturliv som är attraktivt framgår med all tydlighet i den artikel som Öresundskomiteens ordförande och vice ordförande fick publicerad i Sydsvenskan där följande går att läsa: ”Öresundskomiteen arbetar för att Öresundsregionen skall utvecklas till en attraktiv och konkurrenskraftig region, där en väl fungerande arbetsmarknad och goda villkor för kulturens utveckling ingår som nödvändiga komponenter” (Jerker Swanstein & Vibeke Storm Rasmussen 2009).

Det mål som kan anses vara det huvudsakliga för Öresundskomiteen är som tidigare nämnt att skapa en funktionell region. I en sådan region fyller medborgaren i första hand en funktion som konsument, något som är en direkt följd av den funktionella visionen (Hall et al. 2005 s. 236). När medborgaren ges rollen att tjäna den funktionella regionen blir resultatet att

denne avpolitiseras. Staden, regionen och dess medborgare ska i första hand inte betraktas som en samlingspunkt och en grupp ur vilken det springer gemensamt fattade politiska beslut utan som en vara som marknadsförs och byggs upp kring en positiv image (Richard Ek 2007 s. 108f.). ”Du ska va’ konsument, du ska va’ miljonär” skriver Richard Ek och menar att framställningen av den konsumerande medborgaren görs i syfte att legitimera det regionala projektet som med sin funktionella inriktning har fokus på konsumtion. Han menar att det är viktigt för de styrande inom Öresundsregionen att de storkonsumerande medborgarna känner sig attraherade av regionen och därmed bekräftar bilden av medborgaren så som den framställs samt legitimerar Öresundsregionen som projekt. Det finns enligt Ek en fokusering på den ”exklusiva konsumenten” (Richard Ek 2003 s. 199ff.).

De personer som ingår i den kreativa klassen är i Jamie Pecks mening intresserade av intensiva men ytliga icke- förpliktigande relationer som i första hand äger rum i någon form av konsumtionssfär och på gatan. Enligt Peck är det upplevelser och inte åtaganden som den kreativa klassen är på jakt efter. Ett fullspäckat schema och en flyktig livsstil (som sägs vara karaktäriserande för denna grupp människor) rymmer helt enkelt inte nya ansvarskrävande åtaganden. Detta leverne leder till framväxten av nya sociala normer och ju tidigare ett samhälle anpassar sig till dessa kommer det också att uppleva en ökad ekonomisk tillväxt. Det värsta för ett samhälle är i Richard Floridas mening att blicka allt för mycket bakåt och fastna i det förgångna (Peck 2005 s. 746, 754f.).

## 5 Slutsatser

Genom att framhäva olika aspekter av det regionala fungerar detta som en representation för den regionala identiteten och något som de medborgare som ingår i Öresundskomiteens vision kan identifiera sig med. Att forma en regional och medborgerlig identitet som en form av koncept är ett medel för Öresundskomiteen att nå vissa mål. Av vad som framgått när teori och material ställts mot varandra är att den medborgerliga identitet som förmedlas genom den regionala profileringen i mycket hög utsträckning riktar sig mot den grupp som går under benämningen den kreativa klassen och som kommit att ses som bärare av ekonomisk tillväxt. Att det är denna medborgaren som kan sägas vara en del av den regionala visionen kan som jag ser det tänkas påverka utvecklingen av Öresundsregionen i olika hänseenden och jag avslutar med att i detta stycke sammanfattningsvis presentera dessa tankar.

### 5.1 Den kreativa (över)klassen

Profileringen av Öresundsregionen och dess medborgare inkluderar alla de egenskaper som utifrån den konstruerade idealtypen kan anses vara karaktäristiska för den kreativa klassen och de platser som framstår som attraktiva för denna grupp. Med Richard Floridas teori för ögonen om vikten av att attrahera denna grupp människor för att nå ekonomisk tillväxt tycker jag mig se tydliga drag i den regionala profileringen och framställningen av medborgaren som försök att attrahera just denna grupp. Detta är inte på något sätt förvånansvärt eller problematiskt i förhållande till tanken om den funktionella regionen. Det kan t.o.m. ses som en förutsättning för att denna ska kunna förverkligas då tillväxt (utifrån teorin om den kreativa klassen) endast uppnås genom att de kreativa kommer och dessa kommer enbart om platsen kan erbjuda det de vill ha. När de kreativa är på plats kommer ekonomisk tillväxt att följa i dess spår (Peck 2005 s. 757) och förverkligandet av visionen om den funktionella regionen görs därmed möjligt.

Att medborgaren i Öresundsregionen i stor utsträckning är att identifiera med den kreativa klassen kan dock ses som ett desto större problem i förhållande till Öresundskomiteens uttryckta ambition om att stärka den folkliga förankringen för det regionala projektet (Öresundskomiteen 2003 s. 2). Då de egenskaper som inkluderas i framställningen av medborgaren och regionen framförallt framhäver funktionella aspekter med medborgare som besitter spetskompetenser och framgångsrika verksamheter som efterfrågar dessa innebär detta en möjlighet till identifikation för vissa medborgare, dock inte alla. De medborgare som varken kan identifiera sig med den akademiska världen eller de kunskapsintensiva företagen och kanske inte heller det urbana är till stor del exkluderade i Öresundskomiteens framställning av medborgaren.

Det kan härmed tänkas vara svårt att hos dessa individer förankra tanken om att de också är en del av det Öresundsregionala projektet. Som det uttrycks i boken "Nätverk söker förankring" riskerar ett projekt som bara tar intryck från en grupp medborgare vara med till att skapa en elit- grupp. För att ett projekt som skapandet av Öresundsregionen ska nå en förankring som kan anses vara folklig är det av största vikt att alla grupper i denna region också blir erkända som medborgare (Hall et al. 2003 48ff.).

Genom de strategier inom urban- politik som går ut på att attrahera den kreativa klassen menar Peck att en ny överklass skapas, en klass av kreativa individer vars preferenser och behov till vida överskuggar de behov som kan tänkas gälla för andra grupper i samhället (Peck 2005 s. 766f.). Vad Jamie Peck framhåller vara vår tids skapande av en ny överklass är vad som sker genom att *en* typ av medborgare lyfts fram i profileringen av regionen och medborgaren. Det är den i det kunskapsintensiva samhället ytterst kompetente medborgaren som lyfts fram och välkomnas till en plats som har vad denne önskar sig i form av arbete och underhållning. Andra grupper i samhället ska vara med till att säkra att platsen verkar attraktiv för den kreativa klassen. Det är denna uppdelning av medborgarna som även Richard Florida lyfter ett varningens finger för när han menar sig ha identifierat tre klasser som var och en sluter sig.

## 5.2 En avpolitiserad medborgare

Om vi ser till de medborgare som går att identifiera utifrån de egenskaper medborgaren och regionen tillskrivs är de politiska aspekterna i denna medborgerliga identitet av klart marginell betydelse. Detta är också i enlighet med vad Richard Florida och Jamie Peck beskriver som den kreativa klassens avsaknad av djupare förankring i det kollektiva och lokala. Den funktionella regionen och dess utveckling står å andra sidan kanske inte och faller beroende av hur pass politiskt engagerade medborgarna är. Den funktionella regionen kräver grovt sett bara att ev. hinder och barriärer för handel hålls till ett minimum och detta är precis vad som åligger och sköts av Öresundskomiteen. Det medborgerliga intresset av en inblandning i dessa frågor är inget som nämns i den regionala profileringen. Integrationen i regionen kan således sägas vara en marknadens integration snarare än politikens.

Att det medborgerliga intresset för politik framgår att vara begränsat till de frågor som rör den funktionella regionen är i mina ögon ett uttryck för en tilltro till den starke individen vars möjligheter till självförverkligande är i stort sett obegränsade i den funktionella regionen. Detta kan ses som en avpolitisering av medborgaren då denne inte tillskrivs att ha några betydande intressen för den samhälliga utvecklingen i övrigt, bortsett från självförverkligande, detta genom att dennes spetskompetenser är efterfrågade och uppskattade. En annan tolkning av tilltron och fokuseringen på individen är vad Jamie Peck beskriver som ett neo- liberalt tillstånd då alla aspekter som är med till att profilera regionen och dess medborgare värderas utifrån dess potential att generera ekonomisk tillväxt (Peck 2005 s. 764f.).

## 5.3 Flexibilitet eller bristande lokal förankring

Att det idag är nödvändigt att underlätta för nykomlingar att identifiera sig med en plats är nödvändigt då den utvecklingen vi kommit att känna som ”internationalisering” eller ”globalisering” kommit att innebära en internationell konkurrens vad gäller den attraktiva arbetskraften och dess spetskompetenser. Att de lokala kulturella aspekterna hålls till ett minimum vad gäller framställningen av medborgaren i Öresundsregionen underlättar alltså för att nykomlingar ska kunna komma att identifiera sig med regionen. Detta gör i sin tur Öresundsregionen konkurrenskraftig i kampen om de för den kunskapsintensiva industrin attraktiva individerna. Att den kreativa klassen då attraheras av platser med ett brett kulturellt utbud och ett samhälle präglad av öppenhet och mångfald som i sig är kulturella aspekter och som presenteras som typiska för Öresundsregionen kan i detta sammanhang verka motsägelsefullt. Men då dessa inte är lika platsbundna som t.ex språk, historia och traditioner kan de därmed inkluderas i den regionala profileringen och locka attraktiva kompetenser som den kreativa klassen till regionen.

Den begränsade lokala förankringen som kännetecknar den kreativa klassen har (som jag diskuterat ovan) påverkan på dess politiska engagemang men enligt Florida påverkar detta också de kontakter som dessa kreativa individer knyter och som i sin tur kan komma att påverka det Öresundsregionala projektet. Genom att det sociala kapitalet kan sägas minska då den kreativa klassens förankring i det lokala är begränsad består den kreativa klassens kontakter med andra av nätverk snarare än av djupa personliga relationer. Nätverken är mer flyktiga till sin karaktär och därmed mer flexibla och ändamålsinriktade, kontakter knyts helt enkelt när det finns behov för detta och dess värde består av vad de kan åstadkomma i förhållande till den kreativa klassens intressen. Med sådana medborgare som snabbt kan knyta kontakter för att uppnå för den funktionella regionen önskvärda ändamål, att generera ekonomisk tillväxt görs denna region stark och attraktiv i den internationella konkurrensen.

Med denna framställning av medborgaren och profilering av regionen verkar det som mest troligt att den funktionella regionen kommer att bli förverkligad snarare än den region där medborgaren känner sig hemma vart än denne befinner sig i regionen dvs. den integrerade och folkligt förankrade regionen. Den medborgare som därmed också kan sägas utgöra idealet för Öresundsmedborgaren är den som genom sina kompetenser kan vara med och generera ekonomisk tillväxt för regionen och som utan personlig inblandning överlåter utvecklingen av regionen åt Öresundskomiteen.

## 6 Referenser

Andersen, Heine & Kaspersen, Bo, Lars (red.). 2007. *Klassisk og moderne samfundsteori*. Tredje upplagan. Köpenhamn: Hans Reitzels Forlag

Beckman, Ludvig. 2005. *Grundbok i idéanalys*. Stockholm: Santérus Förlag

Boye, Petter. 2000. "Competeing with concepts", i Berg, Per Olof – Linde- Laursen, Anders & Löfgren, Orvar (red.). *Invoking a Transnational Metropolis*. s. 211-230. Lund: Studentlitteratur

Dannestam, Tove. 2007. "Att göra region genom stadspolitik – America's Cup och gränslöshetens gränser", i Nilsson", Fredrik – Sanders, Hanne & Stubbergaard, Ylva (red.). *Öresundsgränser: Rörelser, Möten och Visioner i Tid och Rum*. s. 285-320. Stockholm: Makadam

Ek, Rickard. 2003. *Öresundsregion – bli till!: De geografiska visionernas diskursiva rytmer*. Lund: Lunds Universitet – Campus Helsingborg

Ek, Rickard. 2007. "Malmö och America's Cup – Det koloniala evenemanget" i, Ek, Richard & Hultman, Johan (red.). *Plats som produkt: Kommersialisering och paketering*. s. 95-110. Lund: Studentlitteratur

Florida, Richard. 2004. *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books

Hall, Patrik. 2003. Diskursanalys av nationell identitet, i Petersson, Bo & Robertsson, Alexa (red.). *Identitetsstudier i praktiken*. s. 109-137. Malmö: Liber

Hall, Patrik – Sjövik, Kristian & Stubbergaard, Ylva. 2005. *Nätverk söker förankring: Öresundsregionen i ett demokratiperspektiv*. Lund: Studentlitteratur

Hollis, Martin. 2008. *The philosophy of social science- an introduction*. Cambridge: University Press

Högskolan i Kalmar. 2009.  
<http://www2.hik.se/applikationer/forskningspresentation/researcher.aspx?personid=4769>  
(tillgänglig 2010-01-17)



Nilsson, Fredrik. 2000. "Insiders and Outsiders", i Berg, Per Olof – Linde- Laursen, Anders & Löfgren, Orvar (red.). *Invoking a Transnational Metropolis*. s. 191-210. Lund: Studentlitteratur

Teorell, Jan & Svensson, Torsten. 2007, *Att fråga och att svara: Samhällsvetenskaplig metod*. Malmö: Liber

Veggeland, Noralv. 1998. "Regionalpolitikens to ansikter", i Lindström, Bjarne (red.). *Den regionala utmaningen*. s. 43-48. Stockholm: Nordiska institutet för regionalpolitisk forskning

Peck, Jamie. 2005. "Struggling with the Creative Class", i *International Journal of Urban and Regional Research* 29(4) s. 740-770

Peck, Jamie. 2010. [www.geog.ubc.ca/~peck/](http://www.geog.ubc.ca/~peck/) (tillgänglig 2010-01-17)

Petersson, Bo & Robertsson, Alexa (red.). 2003. *Identitetsstudier i praktiken*. Malmö: Liber

Regeringskansliet. 1999. *Öresund: en region blir till. Rapport utarbetad av den danska och svenska regeringen*. Köpenhamn: Statens publikationer

Slocum, Nikki & Van Langehove, Luk. 2005. "Identity and Regional Integration", i Farrell, Mary - Hettne, Björn & Van Langenhove, Luk (red.). *Global Politics of Regionalism*. s. 137-151. London: Pluto Press

Storm, Rasmussen, Vibeke – Swanstein, Jerker. "Satsa på kulturen", i *Sydsvenskan* (web). Publ. 2009-11-15.

Öresund Network. 2005a. *Öresunds Lilla Blå*. Malmö

Öresund Network. 2005b. *Öresund: The Human Capital of Scandinavia*. Malmö

Öresund Network. 2005c. *Öresund – Two Countries, One Region*. Malmö

Öresund Network. 2006. *Öresund – Two Countries, One Region*. Malmö

Öresundskomiteen. 1999. *Mötesplats Öresund: Regional identitet i Öresundsregionen – förutsättningar och erfarenheter*. Köpenhamn

Öresundskomiteen. 2001a. *Mötesplats Öresund: En region i förändring - kunskap, kompetens och kreativitet*. Köpenhamn

Öresundskomiteen. 2001b. *Mötesplats Öresund: Gränsregionalt samarbete - från vision till verklighet*. Köpenhamn

Öresundskomiteen. 2003. *Öresundskomiteen – ett politiskt samarbete över Sundet*. Köpenhamn

Öresundskomiteen. 2005. *Öresundsregionens fortsatta utveckling*. Köpenhamn

Öresundskomiteen. 2009. *Öresundsregionen: The Human Capital of Scandinavia*. Köpenhamn