

# **EN SVERIGEBILD SÄGER MER ÄN TUSEN ORD**

**Hur bilden av Sverige formas på Svenska Institutet i Paris**

**Karl Brandin och Linnéa Jahn**

Examensarbete (30 högskolepoäng) i museologi för masterexamen inom ABM-  
masterprogrammet vid Lunds universitet.

Handledare: Björn Magnusson Staaf

År: 2015

© Karl Brandin / Linnéa Jahn

## **Title**

A picture (of Sweden) is worth a thousand words

## **Abstract**

This master's thesis explores and discusses the discursive construction of the image of Sweden within the exhibition practice of the Swedish Institute in Paris, France (SI Paris). SI Paris is the only Swedish culture centre abroad and hosts several exhibitions portraying different elements of Swedish culture each year. SI Paris is a part of the larger organisation the Swedish Institute (SI) which operates as a government agency for the promotion of Sweden internationally. The study is a critical discourse analysis (CDA), as developed by Norman Fairclough, with empirical focus on press releases for over fifty exhibitions from the year 2000 and up until the first quarter of 2015. In addition to the CDA-methodology we use *new institutional theory* combined with *new museological theory* to better comprehend the many aspects of this uniquely situated cultural institution and its exhibitions. The analysis of the press releases and additional interviews with personnel within the organisation help us to conceive of the image of Sweden as a social construction largely built upon cliché-based and stereotypical ideas of Sweden, forged over decades passed, suggesting the existence and the continual relevance of an essential national identity; a Swedishness. Within the press releases clichés and stereotypes are presented as if logical or natural which obscures their deep-lying ideological tendencies. What tends to be described and perceived as merely a culture centre and an exhibition venue can thus be said to function as a political instrument for the implementation of a positive view on the Swedish way of life and the promotion of Sweden as a potential business partner to the world. SI Paris claims that there are ways of promoting Sweden other than waving a Swedish flag (as one informant puts it). However, our study shows that in presenting and exhibiting cliché-based national symbols, SI Paris is participating in the same narrative and reproduction of traditional ideas of nation and nationality as if they were indeed waving the proverbial flag.

## **Keywords**

ALM, the Swedish Institute, the Swedish Institute Paris, the image of Sweden, promoting Sweden, nation branding, national identity, critical discourse analysis, exhibition, narration, museology, institutional theory

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>Inledning .....</b>	<b>5</b>
Syfte och frågeställningar .....	6
Forskningsfrågor .....	6
Studiens avgränsningar .....	7
Definitioner .....	8
Bakgrund och inringning av forskningsproblemet .....	8
Disposition .....	12
<b>Teoretiska perspektiv .....</b>	<b>13</b>
Institutionell teori och museologi .....	14
Diskurs enligt Norman Fairclough .....	17
<b>Metodbeskrivning .....</b>	<b>22</b>
Kritisk diskursanalys (CDA) .....	22
Intervju som metod .....	23
Metodkritik .....	23
Etiska aspekter .....	25
<b>Fördjupad bakgrund och tidigare forskning .....</b>	<b>27</b>
SI som organisation och dess historia .....	27
Den samtida myndigheten SI .....	29
Det samtida institutet, SI Paris .....	31
Tidigare forskning i relation till SI och Sverigefrämjande .....	32
Omvärldsanalyser kring uppfattningar om Sverige .....	36
<b>Resultatredovisning .....</b>	<b>41</b>
Pressmeddelanden .....	41
Lathund till resultattabell .....	41
Resultattabell .....	42
Sammanfattning av pressmeddelanden .....	48
Intervjuer .....	48
Om informanterna .....	49
Urval till publik verksamhet .....	49
Innehåll i utställningarna .....	51
Uppdrag .....	54
Uppfattningar av Sverige bilden .....	58
Sammanfattning av intervjuer .....	61
<b>Analys .....</b>	<b>62</b>
Analys, steg 1 .....	62
Analys, steg 2 .....	74
Analys, steg 3 .....	83
<b>Slutsatser och slutdiskussion .....</b>	<b>88</b>
Slutsatser .....	88
Slutdiskussion .....	90
Vidare forskning .....	92
<b>Litteraturförteckning .....</b>	<b>93</b>
<b>Bilagor .....</b>	<b>97</b>



# Inledning

Demandez à un enfant suédois de dessiner une maison et vous serez à peu près sûr qu'il la coloriera en rouge (Be ett svenskt barn rita ett hus och du kan vara nästan säker på att hen kommer att färglägga det rött)

*Citat ur pressmeddelande, utställning 37 (vår översättning).*

Sverige och svensk landsbygd med sina otaliga röda stugor i förgrunden är en vanligt förekommande bild. På ett ytligt plan är den också sanningsenlig, det finns verkligen många röda stugor här. Men färgläggningen av ett barns teckning beror rimligtvis på vem barnet i sammanhanget är och hur pass inkluderat detta barn är i föreställningen om det traditionella Sverige. Med bilden av de röda stugorna följer andra konnotationer – precis som att vi bor i röda hus, är våra sjöar blå, skogen grön och svensken vit. De röda husen är på så vis del av en kliché som återskapar normativa uppfattningar vilka i mångt och mycket har blivit likställda med det svenska landskapet. Den röda stugan är bara ett exempel på en väletablerad bild av Sverige, producerad och reproducerad i såväl konstnärliga som dokumentära bilder, men även vanligt förekommande i turistbroschyrer och annat material framtaget i rent marknadsföringssyfte.

Denna uppsats kommer att beröra just detta, att sälja genom att förmedla bilder och produkten som undersöks är en komplext sammansatt nation, vars positiva sidor och välgång är relativa begrepp. För ändamålet att marknadsföra Sverige i utlandet finns myndigheten Svenska Institutet (fortsättningsvis SI), vars uppdrag sedan 1945 är att väcka intresse och bygga förtroende för Sverige och svensk kultur i utlandet.<sup>1</sup> Institutet arbetar med det som kallas Sverigefrämjande och det som ska främjas är Sverige bilden<sup>2</sup>. Då Sverige som relativt litet land är exportberoende anses Sverigefrämjande vara en statlig angelägenhet. SI har sitt huvudsäte i Stockholm, men som ett led i arbetet med att förmedla Sverige bilden i utlandet finns Svenska Institutet i Paris (fortsättningsvis SI Paris), vilket är Sveriges enda kulturhus i utlandet. SI Paris är inget museum, men kulturhuset delar museets kanske främsta funktion: att visa det som anses värt att se och skapa berättelser om det som anses värt att veta. Detta gör SI Paris intressant att analysera ur ett museologiskt perspektiv. Utställningsverksamheten är en basverksamhet på SI Paris och har stor del i att kulturhuset både är vida känt och välbesökt. I dess utställningssalar visas i huvudsak verk av svenska konstnärer, fotografer, formgivare, illustratörer och designers med syfte att främja och sprida en bild av Sverige, det vill säga Sverige bilden.

---

<sup>1</sup> En utförlig redogörelse för SI:s historia återfinns under rubriken Fördjupad bakgrund och tidigare forskning.

<sup>2</sup> En utförlig redogörelse för begreppet Sverige bilden återfinns under rubriken Definitioner.

## Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur Sverige bilden som förmedlas av SI Paris ser ut. Vi vill genom att analysera vad som förmedlas i Sverige bilden, vilka komponenter den innehåller och hur dessa framhävs, förstå Sverige bildens diskursiva verkningar och dess ideologiska ursprung. Vi vill alltså undersöka hur diskursen kring svenskhet ser ut, hur den verkar socialt samt sätta detta i förhållande till museologisk och institutionell teoribildning. Utställningsverksamheten på SI Paris är en viktig förmedlare av Sverige och svenskhet i och med dess Sverige främjande uppdrag och unika position som Sveriges enda kulturhus utomlands. Mot bakgrund av den auktoritet som kulturinstitutioner uppstår vad gäller förtroende som kunskapsförmedlare samt den representationsproblematik som präglar dessa institutioner menar vi författare att SI Paris arbete med Sverige bilden är ett angeläget museologiskt forskningsobjekt. Vår önskan som författare är att denna studie ska bidra till att förklara hur bilden av Sverige och svenskhet, genom utställningsmediet, konstrueras och framställs för en publik i utlandet.

## Forskningsfrågor

Uppsatsens tre forskningsfrågor beror av och skapar mening genom varandra. Det betyder att det inte är meningsfullt att besvara dem enskilt. Forskningsfrågorna är strukturerade efter studiens metod- och teorival, det vill säga kritisk diskursanalys, CDA. Enligt lingvistikprofessorn Norman Fairclough utgår CDA från att diskurser verkar på tre nivåer som alla förutsätter varandra. En grundläggande princip för CDA-modellen är att de tre diskursiva nivåerna verkar relationellt. De påverkar och befäster varandra genom sina praktiska uttryck och konsekvenser av dessa uttryck. Studiens tre forskningsfrågor motsvarar varsin nivå i CDA-modellen.

### *Hur ser Sverige bilden som ställs ut på SI Paris ut?*

Den första frågan undersöker, med det insamlade materialet som grund, det konkreta innehållet i den Sverige bild som utmejslas i SI Paris utställningsverksamhet. Detta innehållsfokus kan jämföras med den innersta nivån (den så kallade *textens* nivå) i den kritiska diskursanalys (CDA) som utgör ramverket för studiens frågeställning.

### *Vad säger den utställda Sverige bilden om Sverige och vad gör det med den diskursiva synen på svenskhet?*

Den andra frågan lyfter abstraktionsnivån för studiens analys. Här undersöks samband mellan den konkreta utsagan och dess betydelse. Den andra frågan korrelerar med den mellersta nivån i CDA-modellen (*diskursens* nivå) och relaterar Sverige bildens utformning till meningsskapande kring Sverige som nation och i förlängningen svenskar som folk, det vill säga den diskursiva förståelsen av svenskhet.

### *Varför ser den utställda Sverige bilden ut som den gör?*

Den tredje frågan lyfter analysen ytterligare och syftar till att belysa hur, så kallade, icke-diskursiva faktorer samspelar med Sverige bildens utformning. Det vill säga vilka eventuellt ideologiskt villkorade idétraditioner som reproduceras genom

Sverige bilden. För att närma sig ett svar på en sådan fråga måste vi ta hänsyn till samhällsliga maktstrukturer och med det synliggöra vilkas ärende olika diskurser kan sägas gå. Den tredje frågan korrelerar med den yttersta nivån (den *sociala praktikens* nivå) i CDA-modellen och måste förstås i relation till övriga forskningsfrågor.

Forskningsfrågorna motsvarar alltså i tur och ordning varsin nivå i CDA-modellen. Dessa förhåller sig relationellt till varandra enligt följande princip: de *sociala praktikerna* påverkar och påverkas av rådande *diskurser*, vilka i sin tur påverkar och påverkas av de *texter* som produceras. På så vis kan man tala om att texterna representerar de båda andra nivåerna som därigenom reproducerar normer. En nyckelfråga inom CDA-metodologi bör enligt Fairclough (2010) således vara: Hur ser relationen ut mellan *texterna*<sup>3</sup> och de omgärdande sociala villkoren (jfr. Fairclough 2010, s. 231)? Vi författare förstår textens nivå som en konkret fråga om *vad* som produceras i diskursen, medan de andra två nivåerna besvarar mer abstrakta frågor om *hur* diskurser skapas samt *varför* diskurser konstrueras och upprätthålls. En vidare definition och ett tillämpnings sätt av CDA kommer beskrivas i kapitlen Teoretiska perspektiv och Metodbeskrivning.

### Studiens avgränsningar

Denna studie har begränsats till det arkivmaterial som finns bevarat från de utställningar som hållits i SI Paris regi mellan åren 2000 och 2015. Med detta hoppas vi författare kunna skapa oss en utförlig uppfattning om den samtida Sverige bildens villkor och uttryck. Materialet består i huvudsak av pressmeddelanden som behandlar utställningarnas tema, uttrycksform och innehåll. Sammantaget har pressmeddelanden från 51 utställningar studerats, varav 37 omfattar alla som hållits från 2008 fram till idag. Gränsdragningen baseras på att den instruktion som SI Paris idag arbetar efter började gälla från och med januari 2008. Resterande utställningar i studien utgörs av två utställningar per år, vartannat år bakåt i tiden, det vill säga två utställningar från vardera 2006, 2004, 2002 och 2000. Dessa finns med som jämförande material, för att de frågor som ställs till materialet ska kunna besvaras med en större spännvidd. Merparten av pressmeddelandena är skrivna på franska, studiens resultat och analys baseras därmed på översättningar gjorda av oss författare.

Viktigt att påpeka i sammanhanget är att det som analyseras i den här studien således inte är utställningarna i sig. Istället analyseras det som SI Paris framhåller som värt att berätta om utställningarna i pressmeddelanden. En utställning är en flerdimensionell upplevelse i vilken utställda föremål och/eller konstverk samspelar med bland annat rummets utformning och den information som ges för att skapa mening för dess besökare. Hur de utställningar som inkluderats i studien har sett ut och upplevts av besökare kan vi som författare till denna studie inte påstå någonting om. Vår förståelse av utställningarna baseras helt på informationen som gjorts tillgänglig i arkivmaterialet. De pressmeddelanden som studerats innehåller information om var och när utställningarna ägt rum, vad för typ av konstverk eller föremål som ställts ut samt mer eller mindre utförliga motiveringar till valet av utställning.

---

<sup>3</sup> Fairclough använder sig här av begreppet "det semiotiska", men för att underlätta för läsaren väljer vi att hålla oss till begreppet text. Dessa begrepp är enligt oss jämbördiga i sammanhanget i och med Faircloughs utvidgade textbegrepp.

Som en ingång till materialet och för att bättre förstå organisationen kring utställningsverksamheten på SI Paris har även tre intervjuer à ca. 45 minuter genomförts med utställningsansvarig personal. Dessa intervjuer har i sin helhet transkriberats, dessa transkriptioner används som material för studiens analys. Materialet som samlats in via intervjuer ska förstås som subjektiva utsagor av personer som genom sina arbetsuppgifter ansetts vara av intresse för studien.

## Definitioner

Då vi författare i vår studie gör en kritisk diskursanalys ges här en definition av begreppet diskurs samt en förklaring för hur vi förstår och använder det. I studien tillämpas Norman Faircloughs utvidgade begrepp av termen diskurs vilket innebär en fusion mellan lingvistisk analys och samhällsanalys (jfr. Fairclough 2001, ss. 14-35). Vad som utmärker detta utvidgade begrepp är att fokus ligger på hur diskurser skapar relationer mellan språkliga utsagor och det samhälle inom vilket dessa uttrycks. Diskurser är det sammanhang som vi människor befinner oss i när vi kommunicerar med varandra, ett sammanhang som villkorar hur vi kommunicerar. Vad vi säger, hur vi gör det och varför vi uttrycker oss som vi gör är således alla olika delar av en diskurs. För att förstå vårt sätt att formulera tankar och idéer i ord och handling måste de ses som processer, byggda på såväl språkbruk som sociala överenskommelser. Diskurser som är giltiga i ett specifikt sammanhang försvårar eller omöjliggör alternativa tolkningar av samma sammanhang, de är selektiva och kan därigenom förstås som, i grunden, ideologiska (jfr. Lennartsson 2005, s. 27).

I uppsatsen kommer begreppen Sverige bilden och Sverige främjande att användas. Dessa begrepp kan behöva en närmare förklaring. *Sverige bilden* är att betrakta som ett fast begrepp då det används och tas förgivet i regeringens arbete med att sprida en officiell bild av Sverige i utlandet. Värt att notera här är att Sverige bilden används i singularis, vilket kan tolkas som att det finns *en* Sverige bild att arbeta med, däremot saknas det en tydlig definition av dess innehåll. Med den här studien vill vi författare konkretisera vad Sverige bilden innehåller med utställningsverksamheten på SI Paris som utgångspunkt. Därtill vill vi belysa hur och varför Sverige bilden ser ut som den gör. *Sverige främjande* är det begrepp som används för att beskriva arbetet med att sprida Sverige bilden, det vill säga aktiviteter som tillsammans syftar till att skapa uppmärksamhet kring Sverige i utlandet (jfr. Regeringen 2015a; Svenska Institutet 2015a). Sverige bilden saknar som sagt ett tydligt definierat innehåll, men den tillskrivs genom sin relation till Sverige främjandet vissa kärnvärden som främjandearbetet utgår ifrån och som innehållet i Sverige bilden därmed relateras till. Dessa kärnvärden är nytänkande, öppenhet, omtänksamhet samt äkthet och presenteras närmare i kapitlet Fördjupad bakgrund och tidigare forskning.

## Bakgrund och inringning av forskningsproblemet

De större kulturinstitutionerna i samhället kan sägas fungera som ett nav i förmedlingen av svensk kultur och kultur i Sverige, inte minst då många av dem är offentliga. Det vill säga att de är statligt eller kommunalt styrda och finansierade. Det betyder att de har en central roll i kulturlivet samtidigt som de måste förhålla sig till politiskt formulerade mål i sina verksamheter. Detta påverkar både de praktiska och de strukturella förutsättningarna för kulturutövandet i landet. Med anledning av denna bärande funktion för kulturlivet är också många kulturinstitutioner i Sverige, såsom



museer och kulturhus, utforskade och kartlagda i förhållande till denna funktion. Däremot är de internationella kulturinstitutionerna relativt osynliga i kulturdebatter. En viktig aktör i det internationella sammanhanget är SI, en myndighet med uppdrag att väcka intresse och förtroende för Sverige, inte minst genom förmedlingen av svensk kultur och den så kallade Sverige bilden.

Då SI är en stor organisation med ett väldigt brett verksamhetsområde sker förmedlandet av denna Sverige bild på flera nivåer. Inom moderorganisationen SI framhålls SI Paris som en viktig del av det svenska kulturlivets internationalisering, vilken syftar till att främja och utveckla olika former av internationell samverkan (Svenska Institutet 2015b). Enligt historikern Nikolas Glover (2009; 2011) påverkas Sverige bildens utformning både av vad internationella marknadskrafter efterfrågar och värdesätter men också efter nationella föreställningar och normer kring svensk identitet. Vidare menar han att anpassning till omvärlden ända sedan SI:s tillblivelse har varit en strategi som präglat utformandet av Sverige bilden. I det Sverige främjande arbetet beaktas alltså såväl nationella föreställningar om som utländska förväntningar på Sverige och svenskhet.

Svensk kultur kan i detta sammanhang förstås som ett instrument använt av SI för att förmedla Sverige bilden. Då Sverige bilden saknar en officiell definition innebär det att Sverige bilden kan sägas skapas i förmedlingen av den. Genom de evenemang och verksamheter som SI och SI Paris anordnar och deltar i konstrueras en mall för vad Sverige bilden kan innehålla. SI Paris arbetar således med att förmedla Sverige bilden i utlandet med kulturen som medel. Som Sveriges enda kulturhus utomlands syftar SI Paris verksamhet till att utveckla och utforma platser för möten och samarbeten mellan Sverige och utlandet (Svenska Institutet 2015c). Fokus hamnar främst på utbyte mellan fransk och svensk kultur då chefen för SI Paris även är Sveriges kulturråd i Frankrike (Regeringen 2015b). Som ett av världens populäraste resmål ger Paris dock unika möjligheter för det Sverige främjande arbetet att nå längre än så. Få städer i världen kan erbjuda en bättre plats marknadsmässigt för att anlägga det skyltfönster för Sverige som kulturhuset ibland beskrivits som.<sup>4</sup> SI Paris unika ställning är en betydande orsak till varför vi författare anser att det utgör ett intressant och viktigt studieobjekt.

I denna uppsats kommer fokus att vara riktat mot konstruktionen av svensk identitet i den Sverige bild som förmedlas genom utställningsverksamheten på SI Paris, men att skapa och förmedla sammanhängande bilder av nationer är i sig inget nytt. Det är ett projekt som pågått ända sedan de moderna museerna grundades på 1800-talet. Däremot lever vi nu i en tid där det nationella ifrågasätts allt mer, såväl akademiskt som populärkulturellt och i människors vardagsliv. I det samtida mångkulturella samhället är det problematiskt att kategorisera och identifiera människor efter etnicitet och nationalitet<sup>5</sup> eftersom dessa begrepp saknar givna ramar och därmed inte kan sägas vara absoluta. Sådana kategoriserings- och identifieringsprocesser utgår ofta ifrån förlegade etniska stereotyper, många av dem härstammandes från just de moderna museernas tillblivelse.

---

<sup>4</sup> Beskrivningen av SI Paris som ett ”skyltfönster för svensk kultur” förekom under debatten kring nedläggningshotet 2009, av bland andra dåvarande generaldirektör för SI Olle Wästberg och riksdagsledamoten Kent Härstedt (s) (Härstedt 2009; SI 2009). Det förekommer också i den här studiens resultatredovisning, där en av informanterna uttrycker sig i liknande ordalag (se rubrik Resultatredovisning: Intervju: Uppdrag).

<sup>5</sup> Etnicitet förstås av oss författare som identifikation med ett kollektiv av människor på sociala och kulturella grunder medan nationalitet förstås som medborgarskap i en nationalstat. Således kan folk av samma nationalitet ha olika etniciteter precis som folk av samma etniska ursprung kan ha olika nationalitet.

Föreställningar om svenskhet sammankopplas ofta med yttre attribut som ljus hy, ljust hår och blåa ögon. Professorn i konstvetenskap Jeff Werner (2014) förklarar den vita svenskheten som en konstruktion som fick fäste kring förra sekelskiftet. Svenskheten gick då från att sitta i kläder och traditioner till att fästas vid utseende och hudfärg. En av orsakerna till detta går att finna i den svenska konsthistorien. Under 1800-talets andra hälft, då den nationalromantiska konsten hade sina glansdagar kom bilden av svenskhet att starkt sammanflätas med nationsbygget, kroppen och naturen. Svenskens utseende blev för första gången viktigt i den visuella kulturen och svenskheten blev i bokstavlig bemärkelse förkroppsligad (Werner 2014, s. 94). Werner menar att museer och andra kulturinstitutioner spelar en viktig roll i detta arbete. Genom dess ambition att visa upp nationers kultur och historia enhetligt blev nationernas invånare en del av denna uppvisning och därigenom viktiga att särskilja från andra folk (jfr., ibid. s. 106).

Werner menar vidare att vita svenskar sällan uppfattar sig om en grupp jämte andra grupper i samhället, utan snarare som individer med individuella incitament som grund för sitt handlande. Samma förklaringsmodell gäller dock inte för *de andra*. Werner påpekar vidare att vita, precis som andra hudfärger, inte kan beskrivas som en homogen grupp, det kan heller inte samhällsklasser eller könsidentiteter. Men precis som man kan analysera samhället genom att studera klasstrukturer och könsmaktsordning kan man analysera samhället genom en rasmaktsordning. Enligt rasmaktsordningen har den människa som kan betecknas som vit en dominant ställning jämfört med andra grupper. Precis som det finns rum i samhället som skapats och skapas av och för män finns det rum i samhället som skapats och skapas för och av den vita människan. Kulturinstitutioner i allmänhet och museer i synnerhet är exempel på sådana rum. (Jfr. ibid., ss. 42–44; s. 58).

Med detta i åtanke framstår det som rimligt att stora delar av diskussionen kring nationalitet blir särskilt relevant för just museerna, då det i deras uppdrag ligger att samla, vårda och visa samhällets gemensamma kulturarv. I dagsläget har detta uppmärksamrats inom museiväsendet där en tydlig avsaknad av att lyfta och stärka identitets- och representationsfrågornas status har påtalats. I slutet av 2014 publicerade Riksutställningar rapporten *Museerna och mångfalden* vilken kan ses som en av de senare inlagorna i denna fråga. Rapportförfattarna menar att svenska museer inte speglar den etniska, sociala och kulturella mångfald som det svenska samhället består av. I rapporten fastslås att ett museum bör ”*rymma en mångfald av berättelser utifrån en mångfald av perspektiv*” och detta gäller inom museernas alla verksamhetsområden (Riksutställningar 2014, s. 7). Representationsproblematiken inom museiväsendet uppmärksammas parallellt med att vi upplever ett uppsving för högerpopulism och främlingsfientlighet i det politiska samtalet. I stora delar av den europeiska och angloamerikanska världen tillåts den politiska retoriken att göra allt grövre generaliseringar gällande minoritetsgrupper i samhället. Historien visar oss att en sådan utveckling tenderar att få negativa konsekvenser för de som kan kategoriseras som *den andre* i förhållande till normen.

Att våra föreställningar om nationell identitet och kulturarv präglas av svårföränderliga normer och stereotyper är alltså något som diskuteras och problematiseras inom svenskt kulturliv och i den kulturpolitiska debatten. Det finns talrika exempel på detta vid sidan av Riksutställningars rapport. Den nyutkomna tidskriften *Historiskan* vill ge en annan bild av historien genom att skriva in betydelsefulla, men förbisedda, kvinnor i historien; antologin *Det bekönade museet* (2005) som tillför ett bredare genusperspektiv till museologisk forskning; *The Black*

List som vill bryta vithetsnormen i kulturbranschen genom en databas över afro-svenska kulturarbetare; hemsidan Rummet som är ett separatistiskt forum för rasifierade där frågor om kultur och representation ofta placeras i fokus. Listan kan göras lång och då denna diskussion förs på flera nivåer, såväl akademiskt som inominstitutionellt samt av deltagare i kulturlivet, finns det anledning att på flera plan studera hur svenska myndigheter och kulturinstitutioner arbetar med kulturförmedling.

Att genom olika typer av kulturförmedling teckna en bild av Sverige idag är, på grund av nämnda anledningar, ingen lätt uppgift. Resultatet av ett sådant försök bör rimligtvis variera beroende på vem som tar sig an det. Men om människor som delar samma erfarenheter och referensramar är de som främst representeras i historieskrivningen riskerar Sverige-bilden att upprätta förbindelser som kan uppfattas som naturgivna mellan historia, samtid, geografi, språk, etnicitet, kultur etc. Bilder av och föreställningar om Sverige skapar på så vis en definierande fond, en nationell identitet som svenskar (i ordets allra bredaste bemärkelse) på olika vis tvingas förhålla sig till, men som bara vissa passar in i. Med det i åtanke krävs reflektionsförmåga och självmedvetenhet av de offentliga institutioner som tar sig an ett sådant uppdrag.

Offentliga kulturinstitutioner som museer är att betrakta som produkter av det omgivande samhällets förståelse av dem<sup>6</sup>, dessa institutioner är så att säga produkter av rådande diskurser. Djupare förståelser och tydligare överblick över hur kulturinstitutioner verkar och vad som ligger bakom kan således betraktas som ett första steg mot en verklig förändring av förväntningarna på vad dessa institutioner kan och bör vara (jfr. Riksställningar 2014, s. 24). För att kunna förändra hur olika institutioner verkar i samhället måste alltså de bakomliggande processerna och hur de påverkar samhället synliggöras. Denna förståelse för hur våra kulturinstitutioner verkar kan sägas vara ett uttryck för ett socialkonstruktivistiskt förhållningssätt och det är i den övertygelsen den här uppsatsen tar sitt teoretiska och metodologiska avstamp.

SI är en statlig myndighet som liksom andra myndigheter har till uppgift att verkställa riksdagens beslut. Myndigheter styrs av dels en instruktion och dels av årliga regleringsbrev formulerade av regeringen. I instruktionen bestäms myndighetens uppdrag och i regleringsbrevet fastslås vilka prioriteringar som ska göras och hur dessa ska finansieras för det verksamhetsår som regleringsbrevet gäller. Utöver detta har SI en egen kulturpolicy som bestämmer arbetssättet kring förmedling av svensk kultur. Enligt SI:s kulturpolicy förmedlar kulturen *”en inspirerande och mångfacetterad bild av vårt land”* där *”invanda föreställningar utmanas vilket hjälper oss att berätta om Sverige på nya utmanande sätt”* (Svenska Institutet 2015b). Dessa formuleringar är särskilt intressanta med ovan nämnda representationsproblematik i åtanke, då det i kombination med SI:s myndighetsuppdrag innebär att de antar rollen som förmedlare av en officiell Sverige-bild. I denna studie används en kritisk diskursanalys för att belysa hur och varför Sverige-bilden konstrueras så som den gör. Med SI Paris pressmeddelanden som källor hoppas vi författare kunna utröna vilka idéer och tanketraditioner som ligger till grund för kulturhusets narrativa utgångspunkter. SI Paris uppfyller sitt förmedlandeuppdrag genom att, bland annat, ställa ut svensk kultur vilket gör att

---

<sup>6</sup> Detta är ett resonemang som har en koppling till den nyinstitutionella teoribildningen vilken får en närmre genomgång i nästa kapitel.

deras verksamhet uppfattas av oss författare som ett relevant forskningsobjekt för det kulturvetenskapliga forskningsfältet i allmänhet och för en museologisk studie i synnerhet.

## Disposition

I kapitel ett *Inledning* redogör vi för uppsatsens syfte och frågeställningar samt ringar in forskningsproblemet.

I kapitel två *Teoretiska perspektiv* presenteras studiens teoretiska utgångspunkter, vilka är institutionell och museologisk teori samt CDA.

I kapitel tre *Metodbeskrivning* presenteras vilken metod och metodologi som används i studien. Här diskuteras även metodkritik och etiska aspekter på vald metod.

I kapitel fyra *Fördjupad bakgrund och tidigare forskning* ges en introduktion till studiens resultat där SI:s historia presenteras tillsammans med tidigare forskning.

I kapitel fem *Resultatredovisning* presenteras studiens resultat.

I kapitel sex *Analys* analyseras och diskuteras studiens resultat i tre steg.

I kapitel sju *Slutsatser och slutdiskussion* presenteras och diskuteras studiens slutsatser samt vidare forskning.

## Teoretiska perspektiv

Studien grundas i *vad* som utgör Sverigebildens inom utställningsverksamheten på SI Paris, men dess främsta mål är att skapa förståelse för *hur* och *varför* Sverigebildens ställs ut som den gör. Dessa frågor kan förstås som processer och för att begripliggöra dessa processer krävs ett vidare teoretiskt ramverk. Om vi författare inte vill nöja oss med att enbart beskriva verksamheten krävs helt enkelt att vi kan förstå och förklara varför den ser ut som den gör. Då är det inte möjligt att behandla utställningsverksamheten som ett autonomt system utan förgreningar i den sociala omgivningen. Djupare förståelse kräver dels att vi teoretiserar SI Paris som institution, detta innefattar att de politiska, ideologiska och sociala förutsättningar och begränsningar som präglar verksamheten sätts i fokus. Det kräver också att vi teoretiserar utställningsverksamhetens visuella och narrativa representation för att förstå vilka som tilltalas och hur. Inte minst krävs det att vi teoretiserar institutionella och museologiska faktorerens samspel i reproduktionen av diskursiva sanningar. Ett teoretiskt antagande som präglar vår studie är att SI Paris och dess utställningsverksamhet förhåller sig till och reproducerar diskursivt konstruerade sanningar. Det vill säga att den utställda bilden<sup>7</sup> skapas och verkar i en kontext som bekräftar samma bild. Då vi förutsätter att all utställningsverksamhet kan förstås som diskursivt villkorad, att varje sanning har sin kontext, anser vi det lämpligt att för ändamålet använda oss av både institutionell och museologisk teoribildning.

Statsvetaren Patrik Hall (2008) konstaterar att normer och diskurser kräver ”organisatoriska<sup>8</sup> maktresurser för att bli verkningsfulla” (Hall 2008, s. 137). Normer och diskurser vore helt enkelt ogiltiga utan en institutionell hemvist, det vill säga ett forum för spridning och implementering av dem. Därför vill vi förstå hur institutionens uppdrag och det organisatoriska ramverket präglar utställningsverksamheten på SI Paris. Men vi menar att det omvända också är sant: organisationer kräver diskursiva maktresurser för att bli verkningsfulla och institutioner vore ogiltiga utan en diskursiv och normativt motiverad hemvist. Det gör att vi även vill förstå hur normer och diskurser präglar verksamhet och uppdrag på SI Paris.

I författandet av denna uppsats stödjer vi författare oss i vårt teoretiska förfarande på Claes Lennartssons (2005), adjunkt i biblioteks- och informationsvetenskap, resonemang om hur diskursanalys och nyinstitutionell teori delar en grundläggande socialkonstruktivistisk övertygelse. Därför lämpar dessa sig väl i interdisciplinära studier för att nå djupare förståelse kring sociala fenomen i samhället. Det socialkonstruktivistiska synsättet innebär en anti-essentialistisk

---

<sup>7</sup> Bilden ska här förstås i en vid bemärkelse, alltså en samlad bild av det som ställs ut och inte enbart en fysisk bild som ett fotografi eller en målning.

<sup>8</sup> Hall åsyftar här formella organisationer som företag och myndigheter och vi författare menar att dessa i en vidare kontext bör förstås som institutioner.

förståelse av den sociala världen där uppfattningar och föreställningar villkoras av sociala faktorer som omger människor. Det som anses naturligt eller uppfattas som förgivettaget är således socialt villkorat och får konsekvenser för hur världen tolkas (jfr. Lennartsson 2005, s. 19). Diskurser och institutioner kan båda förklaras som processer som bidrar till upprätthållandet och reproduktionen av de referensramar som präglar dessa tolkningar. Institutioner kan i viss mån förstås som ett uttryck för och en implementering av diskursers giltighet precis som en diskurs kan förstås som ett uttryck för ett institutionaliserat meningsskapande. Genom att relatera detta till ett nymuseologiskt resonemang om det socialt villkorade meningsskapandet i utställningssammanhang kan vi på ett mer djuplodande vis förstå våra kulturella narrativs roll i reproduktionen av normer och sociala strukturer.

## Institutionell teori och museologi

Institution är ett mångbottnat begrepp, det kan inbegripa såväl ett mänskligt handlande, en samhällelig tradition som en fysisk plats. Gemensamt för dessa är att yttre faktorer som normer, förväntningar och invanda föreställningar förutsätter institutionen, den styrs av förväntningar för hur den *ska vara*. Således formas institutioner i en växelverkan; för att en institution ska uppfattas som en institution måste den styra människors handlande, ett handlande som i nästa fas bekräftar institutionen. På så vis kan institutioner skapa en viss tröghet, såväl kulturellt som socialt, då normer och förväntningar generellt sett inte förändras snabbt (jfr. Jönsson et al. 2011, ss. 12–13; 50). Alla typer av institutioner skapar och blir beroende av ett ramverk inom vilket olika typer av regler upprättar och formar identiteter och beteenden anpassade efter institutionen. Institutioner kan därför sägas verka främst genom att de påverkar människorna vars beteende sedan bekräftar institutionen (Jepperson 1991, ss. 146–147).

Den institutionella teorin studerar främst olika typer av organisationer och verksamheter, hur organisationen av dem ser ut samt dess förhållande till omvärldens förväntningar. En princip för den så kallade nyinstitutionella teorin är att organisationer når legitimitet genom att uppnå de förväntningar som ställs på dem (Jönsson et al. 2011, ss. 86–87). Med det menas helt enkelt att institutioner av olika slag måste skapa en trovärdig identitet, i enlighet med befästa normer, för att överleva. Detta innebär att institutioner följer både skrivna och oskrivna regler, som införlivas i omvärldens förväntningar. För SI Paris innebär detta bland annat att verksamhetens utformning och innehåll behöver leva upp till omvärldens förväntningar för vad ett kulturhus ska vara, men också till föreställningar om Sverige och svenskhet. Mot bakgrund av detta är det lätt att tro att organisationer ändrar sig efter allmänhetens uppfattningar och att de därigenom av princip skulle vara anpassningsbara och lyhörda inför en bredare allmänhet. Det vore dock att missta sig. Därför vill vi författare understryka att det snarare handlar om en process där institutioner anpassas efter normativa värderingar grundade i samhällsstrukturer än efter samhällsopinion och trender. Teoretiskt sett är förändring möjlig, men då omvärldens värderingar också styrs av normer och strukturer som garanterar normernas fortlevnad kan denna påverkansprocess förstås som återskapande snarare än nyskapande.

Det identitetsskapande som institutioner genomgår är alltså socialt förankrade processer genom den ovan nämnda växelverkan mellan institution och samhälle. Eftersom den sociala verkligheten också präglas av ojämlikhet och andra

svårföränderliga maktstrukturer krävs att dessa identitetskonstruktioner problematiseras för att i möjligaste mån avstå från reproduktionen av en hegemoniserande tendens. Det handlar alltså om att undvika att hårdagna konstruktioner som *vi* och *dem* förstärks, vilket Hall varnar för (Hall 2008 s. 150). För kulturinstitutioner som ansvarar för att vårda och visa det gemensamma kulturella arvet framstår det som synnerligen viktigt att hierarkiska dikotomier av detta slag undviks.

Kulturinstitutioner konstruerar historien genom att förlänga det samhälle som de är sprungna ur och göra dess medborgare delaktiga i de narrativ som placerar världen i en begriplig kontext. Museer, arkiv och bibliotek kan alla förstås som platser som på olika vis konstruerar och gestaltar ett gemensamt minne och en gemensam förståelse, som i förlängningen också präglar förmågan att förstå framtiden (Carr 2003 s. 59; s. 140). Det innebär att kulturinstitutioner kan ses som företeelser som inte nödvändigtvis begränsas av tid och rum. Om det förutsätts att brukare får med sig insikter och tankar från mötet med institutionen så förlängs dess verkan bortom det plats-specifika sammanhanget, precis som historien förlängs in i framtiden (ibid., s. 46). Att institutioner kan förstås som sociala överenskommelser blir således särskilt tydligt i en diskussion om kulturinstitutioner, de kan förstås både som platser där mening konstrueras och som meningskonstruktioner i sig själva (jfr. Jönsson 2011, et. al s. 9; Carr 2003, s. 1).

Detta resonemang innebär att kulturinstitutioner fungerar enligt ovan nämnda växelverkan mellan sociala förväntningar och organisatoriska principer. Den institutionella aspekten förstärker definitionen av en kulturinstitution som normerande, skapad och upprätthållen av det omgärdande samhället (Jönsson et al. s. 44). Det institutionella ramverket påverkar alltså utformning och syfte för den verksamhet som sker i kulturinstitutionens regi. Detta är viktigt att beakta i studier av dessa institutioner då de i sig är viktiga representanter av den kulturella världen eftersom de både förmedlar och huserar kulturarvet.

I detta sammanhang kan nyinstitutionell teori relateras till socialantropologen och statsvetaren Benedict Andersons teorier om hur kulturarvet kan fungera som ett politiskt instrument inom museiverksamhet.<sup>9</sup> Genom att museet skapar normerande utsagor verkar det också latent politiskt och bidrar till att forma en historieskrivning och ett narrativ på ideologiska grunder. Detta beskrivs som ett förtäckt maktutövande som går i arv mellan generationer och kallas av Anderson för ”[a] form of political museumizing” (Anderson 2006, ss. 182–183). Museet kan härigenom sägas ha en viktig funktion som masskommunikatör av ett narrativ, präglat av en historisk logik, som anpassas efter rådande maktstrukturer<sup>10</sup> och för samman folk och land i en *föreställd gemenskap*.<sup>11</sup> I ett förlängt perspektiv kan denna föreställda gemenskap sägas vara delaktig i reproduktionen av nationalstatens giltighet.

Vikten av att beakta kulturinstitutionernas normerande tendenser och dess band till sociala strukturer är något som sociologerna Pierre Bourdieu och Alain Darbel (1970) har visat i det som kommit att bli klassiska undersökningar av publiken

---

<sup>9</sup> Enligt vår tolkning kan detta förlängas till att gälla som en princip för samtliga typer av kulturinstitutioner.

<sup>10</sup> Anderson beskriver detta ur en specifik kolonial kontext, men enligt vår tolkning kan detta resonemang förlängas till andra maktstrukturer i samhället.

<sup>11</sup> *Föreställd gemenskap* är ett begrepp som Anderson använder för att förklara hur nationer kan förstås som ett socialt villkorat tankegods snarare än som geografiska och etniska enheter.

på franska konstmuseer. De menar att tillgången till den kulturella världen uppfattas som ett legitimt privilegium för bildade samhällsklasser. Detta för att konsten kodats, begripliggjorts och förpackats (det vill säga ställts ut) i enlighet med dessa bildade klassers invanda föreställningar och förhållningssätt till konst och kultur. Det legitima i den klassmässiga uppdelningen handlar inte om en rent kunskapsmässig uppdelning mellan bildad och mindre bildad, utan snarare om vilka som har och inte har en förtrogenhet med konstens värld och ett naturligt förhållande till dess språk (Bourdieu & Darbel 1970, ss. 73–75). Bourdieu och Darbel menar att strävan efter kulturell upplysning är införlivad i ett sätt att förhålla sig till världen, ett sätt att leva. Det går inte att bortse från reella, sociala, omständigheter i en sådan strävan och för att lyckas kräver den resurser i form av tillgång till *rätt* koder, det vill säga att äga *kulturellt kapital* (ibid., s. 81).

Att betrakta konstupplevelser som en fråga om att ha eller inte ha känsla för konsten förbiser helt det som överhuvudtaget möjliggör rätt konstupplevelse, alltså den typ av upplevelse som gills i konstvärlden. Det är istället sociala och kulturella strukturer som villkorar koderna för förståelse. Kommunikationen mellan publik och konstverk *”beror alltså till sin intensitet, sin beskaffenhet ja, t.o.m. till sin existens”* av hur väl förtrogen den enskilde åskådaren är med de rätta koderna (ibid., ss. 93–94).

Privilegiet framstår som legitimt och är alltså en konsekvens av att tillgång till kulturellt kapital fullständigt villkorar konstdiskursen – de bildade tillhör kulturen, såsom kulturen tillhör dem. Denna princip villkorar också all nyproduktion av konst. Den diskurs som konstruerar vad som kan anses vara och inte vara konst vinner kraft genom att den institutionaliserats i våra museer och konsthallar. Detta innebär att konsten även i bildlig mening ramats in (jfr. ibid., s. 86).

Uppfattningen att förväntningar och normer styr kulturinstitutioner är stommen i den nymuseologiska forskningen. Detta perspektiv lär oss att se våra kulturinstitutioner som platser där verkligheter representeras, organiseras, motiveras och tolkas efter socialt och kulturellt givna villkor (jfr. Lidchi 2013, s. 126). Våra museer, arkiv och bibliotek etc. kan således inte förstås som objektiva upplysningsrum där sanningar organiseras efter verklighetens principer. Dessa institutioners olika verksamheter bör istället förstås som konstruktioner vilka är socialt villkorade av meningsskapande och historieskrivning (jfr. Vergo 1989, ss. 2–3; Bennett 1995, s. 165). Den nymuseologiska forskningen visar hur utställningar konstruerar narrativ utifrån omvärldens normer och förväntningar. Även om denna uppsats empiriska undersökning inte avser ett renodlat museum, är den teoretiska förståelse som uppstått i förhållande till utställningar i en museal kontext av stort intresse. Detta för att såväl den nyinstitutionella som den nymuseologiska förståelsen för utställningsverksamheter präglas av en socialkonstruktivistisk teoribildning. Sanningar skapas både medvetet och omedvetet genom att de föreställningar om verkligheten som genom utställningsmediet tillgängliggörs för oss människor också bekräftas av oss. Det viktiga i sammanhanget är att förstå sanninghalten som diskursivt villkorad. Detta är inget specifikt för museet, utan gäller för institutioner och utställningar i allmänhet och därför tycker vi författare att dessa teorier lämpar sig väl för att förstå SI Paris.

Museer fyller en exemplifierande funktion här då de kan ses som plattformar för en simulerad organisering av verkligheten (Bennett 1995, s. 126). Det är betydelsefullt att uppmärksamma diskursen som utformas kring det utställda, eftersom diskurser skapar giltiga föreställningar om en gemensam eller särskiljande historia (ibid., s. 145). SI Paris fungerar på det viset på samma sätt som museer i



allmänhet. Genom sin publika verksamhet och sina utställningar medverkar SI Paris till att konstruera en diskurs som publiken sedan förhåller sig till utefter giltiga föreställningar och normer. Om sedan en utställning skulle yttra sig exempelvis heteronormativt eller i enlighet med en vithetsnorm är det att betrakta som olika produkter av samma process. Det är, något förenklat, det vi som författare menar när vi talar om utställningar och institutioner som sociala konstruktioner.

Eftersom vårt syfte är att undersöka hur Sverige bilden ser ut på SI Paris samt vilka komponenter den innehåller, menar vi att det är fruktsamt att teoretisera SI Paris och dess verksamhet ur såväl en institutionell som nymuseologisk kontext. Ur en institutionell kontext bör SI Paris arbete problematiseras genom den statliga finansieringen och det politiskt formulerade uppdraget. Som institution medverkar kulturhuset till skapandet av såväl publika som politiska förväntningar att leva upp till. Återigen kan institutionen illustreras med den ovan nämnda växelverkande funktionen; för att SI Paris ska förstås som en institution måste de styra människors handlande, ett handlande som bekräftar dess verksamhet och genom det präglar vad SI Paris kan göra inom sitt institutionella ramverk. Den nymuseologiska teorin hjälper oss att förstå SI Paris utställningsverksamhet som ett medium där en verklighet skapas diskursivt. I vårt fall handlar det specifikt om Sverige bilden som SI Paris arbetar med att kommunicera till omvärlden. Att applicera ett nymuseologiskt perspektiv hjälper oss att inte enbart se vad den bilden föreställer och innehåller, utan även vad den syftar till. Institutionen SI Paris blir således både skapare och förmedlare av Sverige bilden, de tillgängliggör en utsaga som kan läsas som en ”sanning” om vad Sverige som nation står för samt vad nationen Sverige innehåller. Studien syftar till att undersöka hur denna bild ser ut och varför den ser ut som den gör. Precis som sociologen och kulturvetaren Tony Bennett (1995) menar att museerna kan fungera som plattformar för att organisera verkligheten blir SI Paris plattformen för att organisera Sverige bilden (jfr. Bennett 1995, s. 126). Enligt en nymuseologisk förståelse blir denna organisering ett sätt att skapa en diskurs som inrymmer en normativ uppfattning om vad Sverige är, kan och bör vara.

## Diskurs enligt Norman Fairclough

Enligt Norman Fairclough (2001) är vår sociala samvaro insnärjd i ett dialektiskt förhållande till språket, det vill säga att lingvistiska fenomen är sociala fenomen, precis som sociala fenomen delvis är lingvistiska (Fairclough 2001, s. 19). Det är således inte möjligt att förstå det ena som ett separat fenomen åtskilt från det andra. Hur vi uttrycker oss och hur vi tolkar varandra och samhället – det vill säga hur vi skapar mening – är socialt villkorat. För att förstå och analysera detta använder sig Fairclough av begreppet diskurs, vilket här avser olika typer av processer som styr social interaktion. Fairclough delar in diskurser i en trestegsmodell (se figur 1) för att begripliggöra hur de verkar. Modellen utgörs av *textens nivå* (produkten i sig), *diskursen nivå* (produktion och tolkning av produkten) och den *sociala praktikens nivå* (de sociala villkoren för produktion och tolkning av produkten). Diskurs som begrepp ska alltså förstås på olika nivåer som är sinsemellan beroende av varandra. Att påstå att något är diskursivt villkorat innebär då att förståelsen av det styrs av alla dessa tre nivåer (jfr. *ibid.*, ss. 20–22).

Vidare menar Fairclough att en text förutsätter ett mänskligt handlande och omgärdas av sociala omständigheter som vi människor måste förhålla oss till. Text ska här förstås i vid bemärkelse och syftar till olika former av social interaktion. Den

klassiska uppdelningen i skriven och talad text är inte längre giltig. Talad text kan exempelvis såväl ackompanjeras som helt eller delvis ersättas av visuellt språk. Texten innehåller så att säga mer än ord. En tillhörande huvudskakning eller en axelryckning kan signalera ett jakande eller ett nekande, medan en bild helt kan tala sitt eget språk.<sup>12</sup> Det skrivna, verbala och det visuella kan förstärka varandra på ett sätt som gör dem oskiljaktiga och meningslösa sedda var för sig. Text bör alltså förstås i vid bemärkelse, som ett resultat av ett analyserbart mänskligt handlande (Fairclough 2001, ss. 22–23). Då den här studien syftar till att ta reda på hur uppfattningar av Sverige ser ut och konstrueras menar vi att CDA är en passande analysmetod då text kan innehålla olika typer av komponenter. Således ska text i studiens specifika fall förstås som utsagor som sammantaget kan motsvara ett analyserbart objekt. Det vill säga pressmeddelanden, muntliga utsagor i form av intervjuer samt bilder (såväl fysiska som metaforiska) från de utställningar som ingår i studien.

Sociala konventioner, såväl uttalade som outtalade, kan sägas styra vårt handlande. Därigenom kan man tala om konventioner som begränsande, men de utgör också det ramverk genom vilket handlande möjliggörs. Detta kan lätt tolkas som enbart ett hinder för kreativitet, men ska alltså också förstås som en förutsättning för det (ibid., s. 32). Här finns en teoretisk samklang med den institutionella teorin. Institutioner kan förstås som diskursiva konstruktioner i och med att de möjliggör handlande förutsatt att vi anpassar oss efter dem. Detta innebär också att institutionaliserade praktiker som egentligen bör förstås som ideologiskt villkorade (om det så handlar om en viss typ av kunskapsorganisation, en affärsmodell eller ett högtidsfirande) behandlas som förgivettagna. Enligt Fairclough kan ideologier förstås som antaganden som är inbäddade i ett språkbruk som samspelar med samhälleliga maktstrukturer. Det innebär att språkanvändning i olika mån reproducerar maktstrukturer som logiska förhållanden. På så vis blir dessa praktiker normerande och i och med det ideologiskt villkorade (ibid., s. 2; ss. 27–28; ss. 32–33).

För att bättre förstå diskursers komplexa verkningar talar Fairclough om makt i relation till diskurser. Han menar att makt kan utövas *i* diskurs (power in discourse) och att det finns en *bakomliggande* makt som utövas *genom* diskursen (power behind discourse). Utövandet av makt *i* diskurs sker genom olika former av direkt kommunikation, där avsändaren genom att styra och kontrollera kommunikationen utövar diskursiv makt. (Ibid., ss. 36–39)

Tydliga exempel på detta är det ojämlika förhållandet i kommunikationen mellan läkare och patient eller lärare och elev där den senare förväntas lyda och lita på den förra. På samma vis kan kommunikationen mellan ett kulturhus och dess besökare illustreras. Avsändaren har makt över narrativet då den utformar programverksamheten och endast därigenom kan besökaren skapa mening. Maktutövning *i* diskurs blir dock i exemplet med kulturhus en mer dold process, där det inte framstår lika tydligt för mottagaren att kommunikationen är styrd och anpassad efter en maktstruktur. En (bra) lärare anpassar undervisningen efter gruppen av elever hen undervisar, precis som en (bra) läkare anpassar ordination av medicinering efter en patients hälsobekymmer. Ett kulturhus däremot kan sägas syssla med masskommunikation riktad mot en allmän publik. Man skapar sig en föreställning om ett idealt subjekt, till exempel en målgrupp, för vilket man anpassar

---

<sup>12</sup> I titeln till uppsatsen använder vi författare oss av det något slitna uttrycket att en bild kan säga mer än tusen ord, vilket här kan användas för att exemplifiera resonemanget.

sitt utbud och sin verksamhet (jfr. Fairclough 2001, s. 41). Huruvida detta innebär att diskursen förstärks eller inte är svårt att säga. Klart är dock att hur diskursen verkar framstår mer allmängiltigt då dold maktutövning är lätt att förväxla med förmedling av objektiva sanningar. Såväl tydliga auktoriteter (lärare och läkare) som mer dolda maktutövare (kulturinstitutioner) är avsändare av diskursiva utsagor vilka skapar normer. Dessa normer måste mottagare anpassa sig efter för att meningsskapande ska kunna äga rum i kommunikationen med avsändaren.

Den *bakomliggande* makten som utövas *genom* en diskurs fokuseras mot att standardisera de maktförhållanden som uttrycks i diskurser. För att fortsätta på ovan nämnda exempel skulle en läkare eller en lärare härigenom utöva makt *genom* diskurs genom att de företräder en institution (sjukhuset och skolan) som i sin tur företräder en viss pedagogik eller medicinsk tradition av delvis ideologiska anledningar. I exemplet med kulturhuset skulle maktutövandet *genom* diskurs förstås som förankringen mellan kulturhuset och de ideologier som styr kulturpolitiken (och i förlängningen vad som styr dessa ideologier) (jfr. *ibid.*, s. 51). Med standardiserade maktförhållanden kan diskursen sägas verka sammanhållande av den sociala ordningen, det kan till exempel handla om att koppla samman marknadsekonomi och nationalstatens välgång, att ge utrymme åt ideologiska ambitioner genom att motivera dem kulturellt (*ibid.*, ss. 46–47). Härigenom kan vi således förstå varför politiska och ekonomiska konstruktioner som exempelvis ”det svenska musikundret” eller ”det svenska modeundret”<sup>13</sup> lyckas få genomslag och förstås som logiska.

Högst väsentligt är att förstå att dessa olika typer av maktutövande, i och genom diskurs, inte beskriver oföränderliga tillstånd av makt och underkuvning. Maktutövandet legitimeras kontinuerligt genom dynamiska sociala processer och ska därigenom också förstås som föränderliga till sin karaktär (*ibid.*, s. 57). Vad som däremot talar emot en förändring av maktförhållandena är att de ramverk som reproduceras i diskurser ofta korrelerar med svårföränderliga samhällsstrukturer som därigenom förstärks. Detta är en princip som känns igen från den nyinstitutionella teoribildningen. I sådana processer kan vad som i grunden är ideologiskt villkorade maktanspråk bli giltiga genom att de framstår som logiska eller förgivettagna (jfr. *ibid.*, ss. 61–62). Ett exempel på detta kan sägas vara hur begreppet svenskhet lever vidare även om innehållet i det till viss del är förhandlingsbart. Fairclough ser det som framstår som logiskt i ett samhälle som verksamt *i maktens tjänst*, eftersom logiken försvårar ett ifrågasättande av det. I vilken grad en social ordning förstås som logisk är således ett betyg över hur effektiv den bakomliggande ideologin är (*ibid.*, s. 64).<sup>14</sup>

Vidare menar Fairclough att föreställningen om en logisk ordning är maktens allra främsta vapen. Det ska förstås som att det logiska uppfattas som naturligt, i bemärkelsen förutbestämt, trots att det i grunden är kulturellt och socialt betingat. Denna naturaliseringsprocess begränsar människors handlande på tre sätt. *För det första* naturaliseras ordens mening, vilket cementerar kunskaper och i slutändan begränsar den fria tanken. Det är exempelvis lätt att tänka ”det svenska...” som ett

---

<sup>13</sup> Det svenska musik- respektive modeundret är ett begrepp som myntades i början av 2000-talet som syftar på flertalet framgångsrika svenska musiker och modeskapare som har nått stor framgång utomlands.

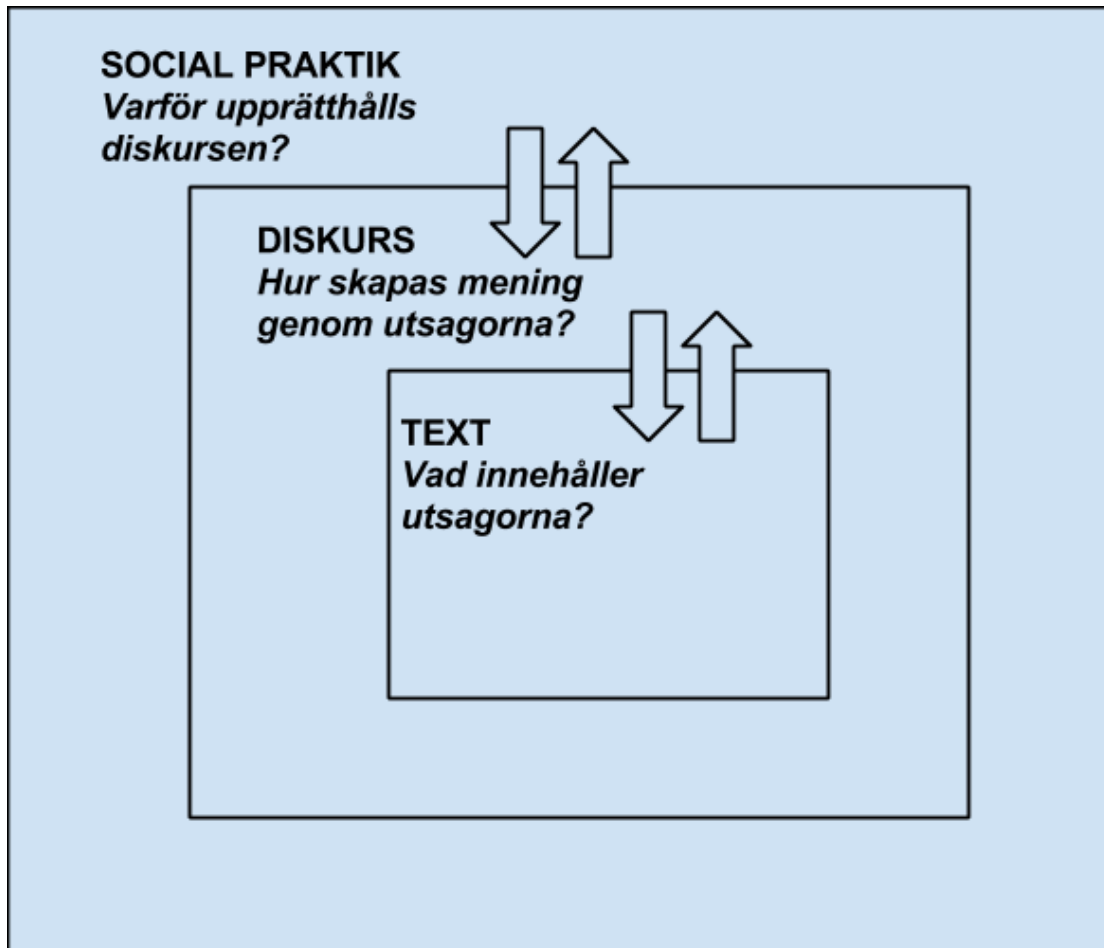
<sup>14</sup> Detta är en teoretisk förståelse som korrelerar med vad vi ovan kallat ”förtäckt maktutövande”, då i förhållande till Benedict Andersons teorier om museets roll i skapandet och upprätthållandet av *den föreställda gemenskapen*.

positivt laddat epitet. Det bygger vidare på en villkorlös, men i grunden godtycklig, föreställning om det nationella som något att föredra. Ett exempel i sammanhanget är hur svensk mjölk ofta framhålls som ett alternativ att föredra framför andra. *För det andra* naturaliseras de rutiner och konventioner som begränsar människors möjligheter till fri interaktion mellan sociala skikt. Detta försvårar förändringar av samhälleliga strukturer och gör dem tröga vilket kan exemplifieras med hur tillgången till konst och kultur villkoras av ens kulturella kapital. Det är ett resonemang som känns igen från Bourdieu och Darbel (se ovan). *För det tredje* naturaliseras vi människor i våra subjektpositioner genom att vi socialiseras in i förutbestämda identitetskonstruktioner som är mycket svåra att omförhandla. Ett tydligt exempel på detta är uppdelningen av män och kvinnor som en naturlig ordning, när det likväl kan ses som en social konstruktion. Det sistnämnda har på ett mycket kärnfullt sätt förklarats i ett klassiskt citat av Simone de Beauvoir (2002): "*Man föds inte till kvinna, man blir det*" (de Beauvoir 2002, s. 325). (Jfr. Fairclough 2001., s. 87)

Alla utsagor ska alltså förstås som tolkningar av världen, villkorade av den sociala ordningens verkan. Därigenom är de olika former av texter som analyseras i den här studien att betrakta som tolkningar. Målet med analysen är att finna och belysa det system som ligger till grund för tolkningen och de språkliga regler som formar tolkningen. Hypotesen är att det formella och praktiskt utformade språket innehåller ledtrådar till och spår av de ideologiska anledningarna till reproduktionen av diskursen, till exempel i form av ordval (jfr. Fairclough 2001, s. 67). Det är viktigt att lära sig känna igen och förstå dessa effektiva ideologier, det vill säga de diskurser som upplevs som naturliga, därför att de verkar genom läsaren. Det är läsarna, alltså inte texterna i sig, som är instrumentet för implementeringen av dem (ibid., s. 69). Makt utövas genom oss och det språkbruk vi använder påverkar oss och vår föreställningsvärld.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Detta är inte menat som en dystopisk skildring av sakernas tillstånd. Det beskriver en princip som i varierande grad gör oss delaktiga i upprätthållandet av maktstrukturer.



Figur 1.

## Metodbeskrivning

I detta kapitel kommer studiens metodval att presenteras och motiveras. Då studien syftar till att undersöka hur Sverige bilden ser ut och vad det beror på har vi författare valt ett kvalitativt angreppssätt i form av en kritisk diskursanalys. För att komplettera studiens material, som i huvudsak består av pressmeddelanden, har vi författare valt att även genomföra en intervjustudie. I relation till valda metoder kommer etiska aspekter och metodkritik att diskuteras.

### Kritisk diskursanalys (CDA)

Norman Fairclough (2010) definierar den kritiska diskursanalysen (Critical Discourse Analysis, CDA) som en sorts metodologi. Det vill säga att den inte till fullo kan förstås i separat form som antingen metod eller analys, utan endast som en fusion av dessa. Metodval är enligt Fairclough en process som bygger på en teoretisk förståelse och det forskningsbara objektet<sup>16</sup> konstrueras delvis efter denna förståelse. Enligt CDA är det studerade materialet alltså villkorat av diskursiva normer och sociala praktiker och dessa går inte att bortse ifrån då de reproduceras genom varandra (Fairclough 2010, s. 5).

Vi författare har i kapitlet ovan redogjort för hur CDA kan förstås som teori och kommer här kortfattat redogöra för den praktiska tillämpningen. Den ovan nämnda tredimensionella modellen kommer att appliceras på studiematerialet för att på så sätt utröna hur diskurser skapas, verkar och påverkar. Text ska enligt Fairclough förstås i vid bemärkelse och i den här uppsatsen utgörs *texten* av material i form av pressmeddelanden från utställningar producerade för SI i Paris samt i viss mån intervjuer med personal med utställningsansvar.

Vi författare anser att CDA är en användbar metod då den knyter an till den nymuseologiska forskningen som ser utställningsmediet som normerade. CDA kan då användas för att blottlägga och ifrågasätta strukturer och normer samt i de fall det behövs, luckra upp och omförhandla dem. Tillvägagångssättet blir som tydligast i denna undersökning då uppsatsens forskningsfrågor är utformade efter de tre nivåerna i en CDA; vi vill ta reda på *vad* som har ställts ut, *hur* det kan tolkas samt *varför* det ser ut som det gör. Detta menar vi är att tillämpa CDA som metod. Förutom CDA kommer vi använda oss av intervjuer för själva materialinsamlingen. Resultaten från dessa kommer sedan att ingå som komplement till den CDA-analys som genomförs på det huvudsakliga studiematerialet.

---

<sup>16</sup> Objekt ska här förstås som det som är forskningsbart, alltså forskningsområde, -fråga, -problem, en institution, ett fysiskt objekt, en person etc.

## Intervju som metod

För att förstå diskursen och för att bredda våra perspektiv har personer som arbetar på SI Paris och som har relevanta arbetsuppgifter kopplade till studiens forskningsfrågor intervjuats.

Intervjuerna syftar till att möjliggöra ett djuplodande resonemang kring hur Sverigebildens konstrueras på SI Paris. Den kritiska diskursanalysen av pressmeddelandena kan förstås som en studie av färdiga produkter, det vill säga redan färdigformulerade utsagor eller ett historiskt material. Intervjustudiens fokus är istället riktat mot att belysa bakomliggande processer till utställningsverksamheten och möjliggör att resonemang kan utbroderas, kontextualiseras och förklaras. Intervjuerna ses som ett kvalitativt komplement till analysen av pressmeddelandena då det innebär att vi kan närma oss en förståelse av Sverigebildens ur ett inifrånperspektiv. Vi författare argumenterar också för att inifrånperspektivet, i sin tur, kan ses som ett komplement till de normerande tendenserna som CDA-metodologin bär med sig. Med detta menas att det tolkningsföreträde som vi författare har i viss mån komprimeras genom att studieobjektet kommer till tals. Studieobjektet, SI Paris, får en röst i intervjuerna genom att representanter för verksamheten påverkar materialet. Här ges utrymme för upphovspersoner till utsagor att tala till punkt. I detta fall förstås upphovspersonerna som studiens informanter.

Då fokus ligger på utställningsverksamheten har urvalet av respondenter för intervjuerna avgränsats till personer med utställningsansvar. Mycket av Sverigebildens innehåll och idémässiga ramverk står visserligen att finna i pressmeddelanden som utgör studiens huvudsakliga material, men då urval och narration också är förankrat i praktiska arbetsuppgifter inom utställningsverksamheten vill vi författare låta personerna bakom dessa uppgifter komma till tals. Genom att låta respondenterna resonera kring olika delar av sina arbetsuppgifter samt om det uppdrag och den organisation de arbetar inom hoppas vi författare kunna synliggöra fragment, och sammanhängande mönster av fragment, som kan representera den helhet som SI Paris utgör (jfr. Lantz 1993, s. 89).

Intervjuerna har utförts *öppet riktade*, eller *semistrukturerade*, och syftar till att vara deskriptiva, tematiskt inriktade, öppna för flertydigheter och förändringar samt inriktade mot meningsskapande i relation till subjektiva utsagor. Det är de intervjuades tänkande som verbaliseras (ibid., s. 34). Det innebär att vi författare med intervjuernas hjälp kan närma oss förståelsen av Sverigebildens genom de individer som arbetar med den. Meningsskapandet i intervjustudien villkoras således av vad som faktiskt sägs, men den kvalitativa ansatsen innebär också att mening skapas mellan raderna (jfr. Kvale 1997, s. 36).

## Metodkritik

Att tillämpa CDA som metod anser vi författare vara lämpligt av flera skäl, vilket vi redogjort för ovan. Däremot finns det, i likhet med andra vetenskapliga metoder, problematiska aspekter av metodvalet. Framförallt handlar det om forskarens roll då hen oftast är en del av diskursen som ska analyseras. Det gör det i praktiken omöjligt att förhålla sig neutralt till forskningsobjektet, vilket kan resultera i att forskningen blir normativ. Professor i lingvistik H. G. Widdowson (2004) menar att vad i materialet som sätts under lupp och ägnas extra intresse och vilka delar som intar en mer perifer position i analysen inte bara beror på forskarens förförståelse utan även på hens uppsåt. CDA kan på så vis sägas blottlägga de diskurser som forskaren *vill*

finna, medan andra tillåts verka obemärkt. Detta föranleder viss kritik mot CDA som metod och analytiskt instrument (Widdowson 2004, s. 103). För att undvika detta menar vi författare att det är viktigt att tydligt positionera sig i forskningen i förhållande till forskningsobjektet och klargöra hur vi författare förstår diskursen.

Vanligt förekommande kritik mot CDA som metod är också att gränsdragningen mellan det diskursiva och det icke-diskursiva är svår att göra samt hur diskursanalysen ska hantera de kontexter som står utanför diskursen (jfr. Bergström & Boréus 2005, s. 351). I en CDA blir detta påtagligt i analysens tredje steg där sociala praktiker inlemmas i analysen. Dessa är kontexter som delvis står utanför diskursen och för att vara tydlig med dess relevans bör de tydligt motiveras. Dessutom kan det vara svårt för läsaren att tolka analysverktygen eftersom diskursanalysen har ett eklektiskt förhållningssätt till teori. Detta kan resultera i abstrakta resultat och en otydlig koppling mellan empiri och slutsatser. För att motverka detta anser vi författare att det är viktigt att vara noga med genomlysning, att analysens alla steg framförs så konkret som möjligt samt att kopplingen mellan de sociala praktikerna blir så tydliga som möjligt för läsaren (jfr. Bergström & Boréus 2005, s. 352). Därför vill vi författare vara tydliga med att vi lutar oss mot en socialkonstruktivistisk teoribildning i analysen av studien vilket har redogjorts för i teoriavsnittet ovan.

En ytterligare invändning mot CDA som metod är att analysen stannar vid att vara en tolkning som framstår övertygande i en akademisk eller politisk diskurs där förförståelse och analysens uppsåt delas av dem som ingår i den. Det vill säga de som har samma teoretiska förståelse eller politiska övertygelse. Detta genom att vissa särdrag i *texten* beaktas medan andra ses som obetydliga. Diskurserna som blottläggs kan därigenom förstås som direkta produkter av tolkningen, att analysen skapar diskurserna, snarare än inneboende i materialet. Däremot kvarstår det faktum att diskurserna som blottläggs har sitt ursprung i materialet som analyseras och att detta är något som de som ingår i diskursens praktik sällan reflekterar över. En slutledning av denna kritik, som vi författare också tagit med oss in i arbetet med denna studie, är att CDA kan sägas tjäna bäst i analyser av stora mängder material (jfr. Widdowson 2004, ss. 109–110). Vi författare har på grund av detta inga illusioner om att kunna uttolka innehållet i och meningen med Sverige-bilden i enskilda fall, i utställning för utställning. Vi fokuserar istället på att analysera produktionen av Sverige-bilden i ett större perspektiv. Vår analys syftar till att ge en mer övergripande bild av hur diskurser produceras och reproduceras i utställningsverksamheten på SI Paris.

Intervju som metod kan kritiseras för att det som utvinns ur intervjusituationen inte är att betrakta som en insamling av respondentens tankar och formuleringar. Det handlar snarare om ett material som respondenten och forskaren skapar tillsammans, i dialog med varandra och i sina respektive roller. Vi som utför intervjun är delvis ansvariga för respondentens resonemang genom vår frågeställnings utformning, vår tematiska indelning av intervjuguiden samt genom att vi följer upp vissa svar med följdfrågor och inte andra (Kvale 1997, ss. 166–167). I likhet med kritiken som formulerats mot CDA som metod kan vi författare sägas styra materialet i den riktning vi önskar. Vi författare är medvetna om detta och försöker därför upprätthålla en transparens i presentationen av resultaten genom att redogöra för hur vi kontextualiserar intervju svaren samt att vi bifogar studiens intervjuguide (se Bilaga 1).



## Etiska aspekter

Att intervju som metod används i studien medför en del etiska överväganden att ta i beaktande. För dessa har vi funnit stöd i Vetenskapsrådets forskningsetiska riktlinjer. Vetenskapsrådet har tagit fram etiska principer för forskning som bedrivs inom de humanistiska och samhällsvetenskapliga disciplinerna. Dessa grundas i ett forskningskrav som fastslår att tillgängliga kunskaper bör fördjupas och metoder för dessa förbättras, samt ett individskyddskrav som fastslår att individer inte får utsättas för psykisk eller fysisk skada, förödmjukelse eller kränkning. Vetenskapsrådet är tydligt med att forskningskravet och individskyddskravet inte är absoluta, de måste alltid vägas mot varandra. Vetenskapsrådet har därför formulerat fyra allmänna huvudregler för forskningsetik, vilka listas nedan. Dessa ska fungera vägledande om det uppstår en konflikt mellan forskningen syfte och individens skydd och syftar till att ge normer för hur förhållandet mellan forskare och undersökningsdeltagare. Reglerna gäller i huvudsak de personer som direkt berörs av forskningen och inte hur forskningen i framtiden kan komma att användas. Dessa huvudregler har tagits i beaktande under utformandet av intervjuguiden för att undvika att informanterna hamnar i en komprometterande situation. (Vetenskapsrådet u.å, ss. 5–6)

- *Informationskravet:* forskaren ska informera deltagare om deras uppgift i projektet samt villkoren för deras deltagande. Deltagaren ska upplysas om att hans medverkan i projektet är frivilligt och kan avbrytas närhelst hen önskar. Informationen till deltagaren ska omfatta alla inslag i projektet som kan komma att påverka hans vilja att medverka. Vi författare har uppnått detta krav genom att informera samtliga informanter om uppsatsens syfte samt hur det insamlade materialet ska användas, i detta fall intervjuerna.
- *Samtyckeskravet:* deltagaren har själv rätt att bestämma över sin medverkan och vilka villkor som ska gälla. Hen ska ha rätt att avbryta sin medverkan i projektet utan att riskera negativa konsekvenser. Vi författare har uppnått detta genom att informera informanterna om att deras medverkan i studien är helt frivillig. Informanterna har innan intervjuerna informerats om att de kommer spelas in samt att de under intervjun endast svarar på de frågor de känner att de kan och vill svara på. Informanterna har även fått ta del av transkriberingar och de citat som vi författare sedan använt oss av i uppsatsen.
- *Konfidentialitetskravet:* uppgifter om deltagaren i projektet ska ges så stor konfidentialitet som möjligt, vilket betyder att de ska förvaras på sådant sätt att obehöriga inte kan ta del av dem. Vi författare har uppnått detta krav genom att det inspelade, och sedan transkriberade materialet har förvarats så att ingen obehörig kunnat komma åt det.
- *Nyttjandekravet:* innebär att uppgifter som är insamlade för det aktuella projektet endast får användas till detta. Vi författare menar att detta krav har uppfyllts då materialet endast har används för uppsatsen och ingenting annat.

För det övriga material som används i uppsatsen anser vi inte att det finns några etiska aspekter att ta i beaktande då det rör sig om material från en statlig myndighet som omfattas av offentlighetsprincipen. Däremot kan det framstå som om vi författare skapar oss makt över texter som andra personer producerat då en diskursanalys syftar

till att ta reda på de bakomliggande orsakerna till utsagorna. För att hantera detta på ett vetenskapligt korrekt sätt vill vi författare förtydliga att vi avser att synliggöra diskursiva samband, inte gå bortom dem.

## Fördjupad bakgrund och tidigare forskning

För att ge läsaren en ingång till våra resultat anser vi författare det nödvändigt att placera in SI Paris i en historisk och institutionell kontext. SI Paris är en strategisk förlängning av moderorganisationen SI och verkar efter dess syfte och uppdrag, vilka i sin tur är produkter av den politiskt turbulenta historien från andra världskrigets slut och fram till i dag. För att förstå hur SI Paris arbetar med Sverige bilden måste vi författare förstå det institutionella ramverk som organisationen befinner sig i. I detta kapitel redogörs för dessa kontexter vilka villkorar studiens resultat och analys.

Den tidigare forskning som presenteras i detta kapitel berör omfattande samhällseliga aspekter av Sverige bilden vilket är relevant för vår studie då SI Paris befinner sig i både en politisk och samhällselig kontext. Däremot saknas en kulturell kontext i befintlig forskning kring Sverige bilden. Vi författare menar att då vår studie undersöker kulturens roll i Sverige främjandet positionerar den sig väl inom det befintliga forskningsfältet och tillför en museologisk dimension till förståelsen av Sverige bilden och det Sverige främjande arbetet.

### SI som organisation och dess historia

Kring tiden för andra världskrigets slut hade den svenska neutralitetspolitiken fått negativa konsekvenser för Sveriges utrikespolitiska anseende i världen, vilket inte minst påverkade den svenska exporten. Bland annat i syfte att bättra på detta anseende grundades Svenska Institutet för kulturellt utbyte<sup>17</sup> några månader innan krigsslutet 1945. Institutets syfte, uppdrag och verksamhet utformades av svenska diplomater, politiker och affärsmän influerade av The British Council och Det Danske Selskab (Glover 2011, s. 27; 49). Det var inte bara den internationella trenden att skapa en organisation för spridning av en nationell självbild i utlandet som The British Council och Det Danske Selskab influerade SI:s grundare till, dessa organisationers uppbyggnad och arbetssätt gav även konkreta exempel på hur ett sådant arbete kunde se ut. I en tid efter två världskrig, ett växande nätverk av internationella organisationer, teknologiska framsteg och ett överhängande kallt krig kom självhävdelse och utvecklandet av konkurrens fördelar länder emellan att mestadels föras inom den kulturella sfären (ibid., s. 30; s. 37).

SI grundades som en förening och finansierades till en början av statsanslag och betalade medlemmar, vilka utgjorde det bestämmande rådet av representanter från både näringsliv och stat. Föreningens styrelse utgjordes till merparten av representanter från näringslivet, medan de av regeringen utsedda representanterna var

---

<sup>17</sup> Svenska Institutet för kulturellt utbyte byter namn till Svenska Institutet 1970 men eftersom det är samma organisation kommer vi härnäst att benämna Svenska Institutet för kulturellt utbyte SI för att förenkla för läsaren.

ämnade att representera *”det svenska kulturlivet”*, det vill säga utbildning, religion och de sköna konsterna. Den organisatoriska strukturen, med representanter från både stat och näringsliv, föregicks av näringslivets ambition att främja den transatlantiska handeln och den svenska statens ambitioner att främja svensk utrikespolitik och internationella relationer (Glover 2011, s. 32–33).

SI arbetade med att både publicera och distribuera publikationer om Sverige och att administrera olika utbytes- och stipendieprogram för utländska studenter. SI:s uppdrag var strategiskt och utåtriktat. SI skulle marknadsföra, snarare än att beskriva Sverige i utlandet och ansvarade för att bestämma innehållet i Sverige bilden. Det innebar att SI också deltog i skapandet av Sverige bilden genom att bedöma vilka egenskaper som var representativa, attraktiva och viktiga för att passa in i bilden av Sverige i utlandet (ibid., s. 34).

Till en början skulle SI:s upplysningsarbete vara värdeneutralt, intressant för den utländska publiken och fördelaktigt för hur Sverige uppfattades (ibid., s. 59). Då SI hade en fot i näringslivet och en i den svenska utrikespolitiken kom dess arbete att påverkas av olika politiska strömningar och beslut samt andra händelser i världen. Sverige ville hålla fast vid sin neutralitetspolitiska hållning under 1950-talet och samtidigt vara en aktiv utrikespolitisk röst. För att undvika att välja sida i en värld präglad av kalla kriget formulerades neutralitetspolitiken som en gyllene medelväg (ibid., s. 77). Ett sätt att hålla fast vid denna och samtidigt profilera sig som en förtroendegivande aktör i omvärlden var att engagera sig i internationellt bistånd eftersom det fick Sverige att framstå som en solidarisk nation och neutraliteten att framstå som en positiv kraft och gångbar utrikespolitisk medelväg (ibid., s. 80). Den svenska ekonomins starka tillväxt sammanföll med utökat relationsskapande med utvecklingsländer. Detta öppnade upp nya marknader för svenskt näringsliv, vilket passade väl in på SI:s Sverigefrämjande uppdrag (ibid., s. 105). Då SI arbetade med att utveckla kulturella relationer med omvärlden blev det medlet för att nå målet om en attraktiv bild av Sverige som skulle gagna både svenska staten och näringslivet.

Då Sveriges aktivitet i utvecklingsländer och det internationella biståndet ökade under 1960-talet grundades Nämnden för Internationellt Bistånd (NIB), vilken kom att ta över det biståndsinriktade arbete som tidigare administrerades av SI. Denna tid karaktäriserades av specialisering i Sveriges kommunikation med utlandet, vilket grundandet av NIB är ett exempel på. Denna specialisering riktar även in sig på hur Sverige ska profileras utomlands (ibid., s.119). SI:s roll blev att samordna en Sverige bild som till viss del kom att präglas av att stat, näringsliv och kulturliv inte delade varandras visioner. SI kom, till följd av svårigheten att navigera verksamheten mellan olika intressen, att omorganiseras till en statligt finansierad stiftelse 1970 (ibid., s. 122). Det var inte enbart det faktum att SI:s arbete hamnade mittemellan olika viljor från stat och näringsliv som föranledde denna omorganisation. Synen på kulturens roll i samhället, vilka som var dess avsändare respektive mottagare var frågor som präglade svensk kulturdebatt under 1960-talet och tillsammans med en allt mer växande kritik mot kapitalismen i allmänhet och USA i synnerhet kom att påverka SI (ibid., s. 127).

Från både höger och vänster fanns en politisk vilja att kulturpolitiken skulle skiljas från den ekonomiska politiken för att bättre definiera institutets uppdrag. Detta gjorde att SI på så vis utökade möjligheten till självbestämmande samtidigt som kommersiella intressens påverkan avtog. Detta visar tydligt hur SI med tiden har förändrats. Syftet med rekonstruktionen till en stiftelse var att SI skulle bli mer självständigt, vilket står i motsats till den förda politiken 1945, när SI grundades. Då

var institutet ett tydligt politiskt verktyg för att främja det utrikespolitiska anseendet och den svenska exporten. (Glover 2011, s. 170).

## Den samtida myndigheten SI

Sedan 1998 är SI en myndighet, underställd Utrikesdepartementet, med uppdrag att synliggöra och skapa förtroende för Sverige och svenska kompetenser. Detta Sverigefrämjande arbete finansieras huvudsakligen genom anslag via statsbudgeten och utformas efter statspolitiska prioriteringar (Svenska Institutet 2015d). Myndighetsuppdraget innebär att SI arbetar efter de beslut som fastställs av riksdag och regering, vilket medför att verksamheten idag är mer lyhörd för eventuella politiska förändringar i landet än då SI var en stiftelse. Det nya organisatoriska ramverket gör således SI till ett tydligare politiskt instrument och förmedlingen av Sverige ska därför också förstås som politiskt villkorad.

Fram till regeringsskiftet 2014 var det handelsministern som var ansvarig för SI och den person som bland annat undertecknat den senaste instruktionen för SI som började gälla 1 januari 2008. Ansvarig minister förändrades dock när Sverige fick en ny regering eftersom ingen ny handelsminister utsågs och näringsministern tog över vissa av de ansvarsområden som tidigare legat på handelsministerns bord, däribland handels- och främjandefrågor (jfr., Regeringen 2015c). Denna förändring har inte förändrat SI:s instruktion och de prioriteringar som åligger institutet, men vi författare anser det viktigt att fastslå var i Regeringskansliet ansvaret för myndigheten ligger. Myndighetens chef har titeln generaldirektör och för att allmänheten ska ha insyn i SI:s verksamhet finns även ett så kallat insynsråd som granskar SI på medborgarnas uppdrag och som tillsätts av Utrikesdepartementet (Svenska Institutet 2015e).

SI ingår i Nämnden för Sverigefrämjande i Utlandet (fortsättningsvis NSU). NSU är ett forum för diskussioner kring strategier och prioriteringar för främjandet av Sverige i utlandet. Förutom SI ingår Business Sweden, VisitSweden, Utrikesdepartementets enhet för press, information och kommunikation samt Näringsdepartementets enhet för entreprenörskap (Regeringen 2015d). NSU arbetar med att främja Sverige bilden för att på så sätt röja handelshinder i utlandet då Sverige är beroende av handel och ett av utlandsmyndigheternas viktigaste uppdrag är att bistå företag som arbetar internationellt med råd och stöd (Regeringen 2015a). SI är en av dessa utlandsmyndigheter och liksom de andra NSU-organisationerna så utgår allt kommunikationsarbete från den gemensamma varumärkesplattform som lanserades 2007. Denna plattform ligger till grund för att Sverige ska kunna marknadsföras som ett progressivt land genom att all kommunikation om Sverige ska utgå från de fyra kärnvärdena *nyttänkande*, *öppenhet*, *omtänksamhet* och *äkthet*. Dessa kärnvärden, eller karaktärsdrag som NSU också kallar dem, illustrerar väl vad NSU menar med den progressivitet som Sverige ska marknadsföras med (NSU 2009, ss. 4–5). Att Sverige förutsätts kommuniceras med dessa kärnvärden innebär också att de ger intryck av att vara typiskt svenska.

För själva arbetet med kärnvärdena ger varumärkesplattformen en rad konkreta exempel uppdelade i ”vad”-företeelser och ”hur”-företeelser listade för varje kärnvärde. Dessa kärnvärden kan sedan kombineras för att skapa ”en sorts *fantasieggande spänst, en utmanande balans som är en väsentlig del i det progressiva Sverige*” (NSU 2009, s. 5). *Nyttänkande* beskrivs som ett sätt att se lösningar och möjligheter för en bättre framtid och där Sverige har teknisk innovationsförmåga, världsledande forskning och trendkänslighet. Detta kan sedan kommuniceras genom

”vad”-företeelser som pappaledighet, sambolag och samkönade äktenskap, stark uppfinningstradition, banbrytande design, mode och populärkultur, kunskapsintensivt samhälle och näringsliv. Tonläget ska vara fantasifullt och visionärt, innovativt och utforskande, samtida och framåtblickande, modigt eller inspirerande och överraskande. Vidare beskrivs *öppenhet* som ett sätt att bejaka den fria tanken och olikheter mellan människor. Utrymme för individens idéer ska ges och såväl åsikter som fysiskt utrymme att kunna röra sig fritt i naturen ska betraktas som viktigt. Detta ska kommuniceras genom företeelser som svenskar som ett resande och öppensinnat folk, att det finns en folkbildnings- och föreningstradition, offentlighetsprincip och allemansrätt samt ett internationellt näringsliv genom ett tonläge som är enkelt, tydligt, transparent, interaktivt eller utåtriktat till exempel. *Omtänksamhet* handlar om att värna varje individ där säkerhet, trygghet och respekt samt att inkludera varje individ beskrivs som centralt. Som ”hur”-företeelser listas jämställdhetssträvanden och medbestämmande, ombudsmannasystemet, ett brett och djupgående miljöengagemang och internationella freds- och biståndsarbete. Tonläget för att kommunicera detta bör vara inkluderande och respektfullt, personligt, varmt och tryggt, relevant och berörande eller ödmjukt. Slutligen beskrivs *äkthet* som något naturligt och okonstlat, att Sverige präglas av ett högt förtroende mellan människor och att svenskar har en ledig stil, en stark kvalitetstradition samt en nära relation till natur och årstider. De företeelser som detta ska kommuniceras med är en stark kvalitetstradition, levande traditioner och kulturarv, informell stil och pålitlighet i affärer, nära relation till natur och årstider (norra Europas sista vildmark!) samt hög etik inom livsmedel och djurhållning. Tonläget ska präglas av humor och självdistans, det ska vara ärligt, trovärdigt, informellt, personligt, historiskt förankrat och svenskt samt enkelt och naturligt. (NSU 2009, s. 6).

I SI:s strategi för 2014–2016 påpekas att verksamhetens framgång villkoras av i vilken mån samverkan inrättas med *rätt* partners samt i hur väl man har målgruppsanpassat verksamheten (Svenska Institutet 2015f). Det handlar om att utveckla relationer med andra aktörer som i sin tur kan vidarebefordra en positiv Sverigebild (jfr. Svenska Institutet 2014a, s. 8). Då uppdraget innefattar samarbete mellan flera olika omfattande områden, måste identifiering av rätt partners och målgrupper ständigt omdefinieras för att SI ska uppnå sitt syfte. Uppdraget<sup>18</sup> har dock rationaliserats till fyra verksamhetsområden: kultur och samhälle, utbildning och forskning, näringsliv och innovation samt demokrati och global utveckling (ibid., ss. 3-4). Sammantaget spänner alltså SI:s uppdrag över flera stora samhällsområden. Mycket av arbetet kan sägas ha ett strategiskt fokus på skapande, och allmänt underhåll av relationer till omvärlden.

Detta breda tilltal är sprunget ur ambitionen att *”förmedla ett helhetsperspektiv på berättelsen om Sverige och svenska styrkor och erfarenheter”* (Svenska Institutet 2014a, s. 8). I praktiken omvandlas ovan nämnda uppdragsanpassade sektorer till reell verksamhet. Den delas i sin tur in i relativt breda strategiska kategorier och inriktningar: omvärldsanalys, strategiskt arbete gentemot media, utveckling av kommunikationsmaterial, publika evenemang och relationsskapande aktiviteter samt digital kommunikation. Återigen handlar detta om att lokalisera och använda sig av forum som stärker och sprider Sverige bilden, vilket

---

<sup>18</sup> I enlighet med det regleringsbrev som finns formulerat för SI verkar man efter fyra teman: innovation och näringsliv, kultur och kreativitet, hållbarhet och miljö samt samhällsfrågor (SI:s Regleringsbrev 2013).

ses som en väsentlig del av SI:s Sverigefrämjande uppdrag (jfr. Svenska Institutet 2014a, s. 8). Ändamålsenligt ses kultursektorn av SI som dels *”en betydelsefull arena för att bygga förtroende samt väcka intresse och nyfikenhet för Sverige”*, och dels som ett forum för *”dialog och långsiktigt relationsskapande”* (Svenska Institutet 2015b). Med detta i åtanke är SI Paris funktion som myndighetens eget kulturhus en viktig institution för uppfyllandet av Sverigefrämjandets långsiktiga målbilder.

## Det samtida institutet, SI Paris

1971 flyttade SI Paris in i Hôtel de Marle, en palatsliknande byggnad i centrala Paris, och fungerar sedan dess som en platspecifik förlängning av SI:s Sverigefrämjande och relationsskapande arbete. Huset har sedan starten varit en viktig del i SI:s arbete med förmedlandet av svensk kultur i utlandet och erbjuder, förutom en bred programverksamhet, gästbostäder till forskare och kulturutövare. SI Paris inrymmer även Tessininstitutets konstsamling som administreras av Nationalmuseum. SI ser kultur som ett sätt att skapa dialog mellan länder med en förmåga att utveckla långsiktiga relationer. Det gör kulturen till en viktig förmedlare av Sverige bilden och ett prioriterat verksamhetsområde för hela SI. Kulturhuset i Paris är dessutom den del av SI som får allra störst genomslag i media, vilket sammantaget gör SI Paris till en viktig faktor i det Sverigefrämjande och relationsskapande arbetet i utlandet (Svenska Institutet 2014a, ss. 4; 9; Svenska Institutet 2015b). SI Paris är Sveriges enda kulturhus utomlands och beskrivs på grund av sin unika funktion som en betydande aktör för *”det svenska kulturlivets internationalisering”* (Svenska Institutet 2015b). Verksamheten syftar alltså till att utveckla och utforma platser för möten och samarbeten mellan svensk och annan kultur. SI har för avsikt att i ökad utsträckning låta kulturhuset i Paris fungera som en plattform för *”myndighetens samlade genomslag”* genom att utgöra startpunkten för fler vandringsutställningar (Svenska Institutet 2014a, s. 9). Detta visar att SI Paris har en tydlig roll att spela i kommunikationen av Sverige bilden internationellt. Av uppenbara anledningar hamnar fokus främst på utbyte mellan fransk och svensk kultur, men Paris ger i egenskap av sin status som populärt resmål, unika möjligheter för att nå längre än så. Troligtvis kan få platser erbjuda ett bättre marknadsmässigt läge för exponering. Att kulturhuset i Paris liknats vid ett skyltfönster kan alltså delvis förklaras av dess publika arbetssätt men också av vilka förväntningar som ställs på verksamheten.

SI Paris har sina lokaler i Maraiskvarteren i centrala Paris och har drygt 100 000 besökare årligen. I likhet med andra kulturhus erbjuder SI Paris ett brett utbud av aktiviteter och evenemang, såväl inom kulturhusets väggar som i den tillhörande trädgården eller i egenskap av medarrangör av externa evenemang. Vid sidan av utställningsverksamheten rör programpunkterna exempelvis filmvisningar, konserter, språkundervisning, föreläsningar och kaféverksamhet (jfr. Svenska Institutet 2014a, ss. 17-19; Svenska Institutet 2015c). Det fördelaktiga läget genererar också många oplanerade besök från lokalbefolkning såväl som turister, inte minst efter att det populära närliggande Picassomuséet i oktober 2014 återigen slog upp portarna efter en längre tids renovering. Dessutom är de traditionellt judiska Maraiskvarteren ett av få områden i Paris där kommersen är öppen på söndagar eftersom den judiska vilodagen, sabbaten, infaller på lördagar. Det gör att det finns en jämn ström av människor i kvarteren också på söndagar vilket även det kan vara en faktor för SI Paris positiva besöksiffror.

Den organisatoriska strukturen är viktig för att förstå SI Paris som institution. SI Paris ingår i det övriga SI och styrs således av de uppdrag och målbilder som finns statuerade i SI:s instruktion. Detta betyder att synen på kulturhusets funktion påverkas av hur SI i stort arbetar. Ett konkret exempel på detta är hur kulturhuset måste förhålla sig till är att SI:s verksamhet förväntas bidra till svensk export (Utrikesdepartementet 2013; Utrikesdepartementet 2014). Chefen för SI Paris är dessutom kulturråd i Frankrike vilket betyder att hen ska *”främja kulturutbytet i stationeringslandet och stimulera den kulturella dialogen länderna emellan”* (Regeringen 2015b). SI Paris fungerar som en förlängning av det Sverigefrämjande arbetet och dess kulturverksamhet styrs av ett politiskt formulerat uppdrag där kultursektorn uttryckligen beskrivs som en motor för ekonomisk tillväxt. På så vis åläggs kulturen indirekt en instrumentell funktion genom att dess värde villkoras av en nyttoaspekt. Det är även här viktigt att poängtera att SI Paris inte verkar inom ramen för de nationella kulturpolitiska målen, vilket i sin tur betyder att kulturhuset i Paris inte behöver ta hänsyn till dem i sitt arbete med svensk kultur i utlandet (Svenska Institutet 2015b). Precis som moderorganisationen förhåller sig SI Paris i sitt främjandearbete till NSU genom att de ingår i och planerar sin verksamhet efter den främjandegrupp, bestående av SI Paris samt de andra svenska myndigheterna, som finns på plats i Paris.

## Tidigare forskning i relation till SI och Sverigefrämjande

Eftersom relativt lite forskning bedrivits med SI och SI Paris som studieobjekt presenteras även en icke-akademisk studie gjord för utrikesdepartementet på uppdrag av NSU samt två rapporter som utgör en del av SI:s omvärldsanalys. Dessa presenteras under rubriken Omvärldsanalyser kring uppfattningar om Sverige. Vi författare vill också påpeka att det i skrivande stund bedrivs forskning för en avhandling i historia vid Oslo universitet som, bland annat, specifikt berör SI Paris och implementeringen av Sverige bilden utomlands.

### *Sverigebilder*, Urban Lundberg och Mattias Tydén (2008)

Antologin *Sverigebilder* syftar till att ringa in det föränderliga nationsbegreppet med fokus på Sverige. Det är en bred sammanställning av texter som både förklarar och komplicerar begreppet Sverigebilder. De författare som finns representerade i boken kommer från forskningsområdena historia, statsvetenskap och arkitektur, vilket till viss del kan förklara Sverige bildens mångtydighet.

De teman som behandlas i texterna rör bland annat hur nationella identiteter skapas och görs livsdugliga i en global värld, hur nationalism kan delas in i sunda och osunda yttringar, hur olika former av symboler och institutioner konstruerar det nationella efter igenkännliga mönster, samt vilken (ideologisk/politisk) funktion nationen tillskrivs i en föränderlig värld. I fokus för analyserna är alltså Sverige en plats på jorden såväl som en social konstruktion, frammejslad av interna och externa förväntningar och föreställningar.

Historikerna Urban Lundberg och Mattias Tydén (2008) ser SI:s uppdrag och arbete som en fortsättning på ett historiskt nationsbygge, anpassat efter en globaliserad samtid och rådande marknadskrafter. Trots den av SI uttalade ambitionen att uppdatera Sverige bilden ser författarna institutets verksamhet främst som en ny strategi för samma gamla fiktion om nationell homogenitet och samsyn,



byggd på stereotypa föreställningar om nationella identiteter (Lundberg & Tydén 2008, ss. 17–20). Man menar att det nya *varumärket* Sverige alltjämt har ett livskraftigt släktskap med en sedan länge förkastad nationalism och att ”*nationsbegreppet [...]vidmakthåller [...]många av sina ursprungliga funktioner*” (ibid., ss. 21–23). Givetvis finns det idag tydliga och praktiska skillnader gentemot tidigare former av nationalism och dessa har främst att göra med synen på omvärlden. Globaliseringen som tidigare var ett hot mot den egna självbilden är idag, i viss mån, en förutsättning för den. *Vi:et* förstärks genom de transnationella handelsförbindelser och informationsflöden som omger Sverige (jfr., ibid. s. 22). Det är genom andras blick som Sverige bilden bekräftas och omvärldens respons blir på så vis en spegel åt nationen.

### *Imaging Community*, Nikolas Glover (2009)

*Imaging Community - Sweden in 'cultural propaganda' then and now* är en artikel som diskuterar hur Sverige bilden och föreställningar om en sammanhållen nationalitet etableras genom, bland annat, SI:s främjandearbete under 1940-talet. Historikern Nikolas Glover problematiserar det faktum att även om Sverige bilden till stor del konstrueras genom andras ögon och i en utländsk kontext så har föreställningen om Sverige som en sammanhållen nation främst analyserats internt, genom att granska det inhemska. Vidare menar han att den interna föreställningen om en sammanhållen nation och den externa bilden av nationen i grunden är samma sak och att de båda reproduceras i den inhemska kulturen så väl som i en utländsk kontext (Glover 2009, s. 247).

Glover använder sig av begreppen *auto-* och *xenostereotyper* samt sociologen och språkvetaren Kazimierz Musials teorier om hur dessa båda, genom och beroende av varandra, medverkat till konstruerandet av Sverige som ett föredöme och en progressiv medelväg. Dessa föreställningar placeras häri i förhållande till SI:s arbete med Sverige främjandet under efterkrigsåren jämfört med 2000-talet. I artikeln framgår att SI genom sin verksamhet har fungerat som en sorts mäklare mellan *auto-* och *xenostereotypa* föreställningar om Sverige. Genom SI:s dubbla roller som förmedlare av svenskhet och lyhörd samarbetspartner mot omvärldens marknader skapades en, efter omvärldens föreställningar anpassad, Sverige bild som sedan implementerades i den nationella självbilden. Sverige bilden kan därmed sägas vara både en export- och en importvara (jfr., ibid., ss. 254–255).

Under efterkrigsåren var det, av förståeliga skäl, en politiskt och filosofiskt känslig sak att framhäva den nationella särartens positiva sidor. Därför konstruerades Sverige bilden kring ekonomisk och politisk pragmatism och inte i essentialistiska och särkulturella ordalag om svenskhet som en upphöjd form av existens. Glover menar att detta med tiden har implementerats i den svenska självbilden och att SI i ett samtida perspektiv framhäver det progressiva och pragmatiska som delar av en svensk värdegrund och en svensk identitet. Den essentialistiska retoriken som var tabu under efterkrigsåren har paradoxalt nog fått fäste i den alltmer globaliserade världen (ibid., ss. 255–257).

Glover slår fast att den, för SI:s främjandearbete, fortfarande högst giltiga idén om Sverige som en progressiv kraft i världen inte bygger lika mycket på faktiska, inhemska, omständigheter som på föreställningar om Sverige sprungna ur en utländsk kontext. Vidare menar han att det är omöjligt att skilja de *auto-* och *xenostereotypa* föreställningarna åt och att den Sverige bild som riktas utåt alltid också reproduceras internt. Detta skapar, i likhet med vad Lundberg och Tydén fastslår, ännu en paradox

där vår eventuella kulturella särart är beroende av utomståendes uppfattningar om svenskhet (Glover 2009, ss. 257–258).

### *National Relations*, Nikolas Glover (2011)

I sin avhandling *National Relations: Public diplomacy, national identity and the Swedish Institute 1945-1970* tecknar Glover SI:s historia från 1945 till 1970 och beskriver hur institutet arbetat med att förmedla och kommunicera bilden av Sverige i utlandet. Vi har tidigare i texten refererat till Glover med hänseende till SI:s historiska utveckling, varför vi här istället kommer att redogöra för SI:s arbete med Sverige-bilden, både som medskapare och förmedlare av den.

Glover har gjort en empirisk studie där han har kartlagt SI:s utveckling genom att läsa institutets egen dokumentation som protokoll, rapporter och utredningar samt material från andra närliggande aktörer som Utrikesdepartementet, Handelsdepartementet, Upplynningsberedningen, NSU, för att nämna några. Eftersom SI grundades som en förening där både stat och näringsliv fanns representerade i styrelsen berördes dess arbete av intressen från flera håll, vilket har diskuterats ovan. Glovers studie sträcker sig från 1945 fram till 1970 då SI rekonstruerades till en stiftelse och beskriver hur SI:s arbete har förändrats över tid och i viss mån omformulerats. Trots detta har uppdraget alltjämt varit detsamma, att marknadsföra Sverige i utlandet och på så vis stärka svensk export och Sveriges utrikespolitiska anseende i världen. Detta har SI gjort genom att förmedla en Sverige-bild som de själva varit medskapare till, inte minst genom den mängd publikationer som det producerat och distribuerat. (Glover 2011).

För att kunna reda ut hur SI har arbetat och arbetar med Sverige-bilden redogör Glover till en början för nationsbegreppet, då det ligger till grund för förståelsen av själva Sverige-bilden. Glover använder sig även här av Kazimierz Musiałs begrepp auto- och xenostereotyper för att förklara hur nationella identiteter konstrueras i en internationell kontext (ibid., s. 19). En, enligt Glover, betydande xenostereotyp föreställning om den svenska nationella identiteten bygger på den amerikanska författaren Marquis Childs bok *Sverige: medelvägen* från 1936, där Sverige och svensk socialdemokratisk politik beskrivs som ett alternativ mittemellan USA, marknadsekonomin och kapitalismen och Sovjetunionen, planekonomin och kommunismen (ibid., s. 65; Arter 1999, s. 145). Childs bok blev en bästsäljare och kom att influera Sverige-bilden i SI:s publikationer under 1950- och 60-talen. På så vis implementerades bilden av Sverige som en medelväg i den svenska självbilden, en bild som i sin tur bekräftades utifrån (Glover 2011, s. 66). Ett tydligt exempel på detta är hur Sveriges utrikesminister Östen Undén under sitt tal till FN:s nationalförsamling, då Sverige officiellt blev medlem 1946, refererar till Sverige som ”medelvägens land”, samt hur Sverige under 1950-talet argumenterade för hur svensk neutralitetspolitik var en gyllene medelväg i ett klimat präglad av kalla kriget (ibid., s. 65; s. 77).

Sverige-bilden, så som SI har förmedlat den, har till sin utformning skiftat över tid vilket dels beror på olika ideologiska intressen som påverkat SI:s arbete, dels på omvärldens politiska förändringar. Då SI grundades framställdes Sverige som ett analyserbart objekt. Genom de tidiga publikationerna beskrevs Sverige som en konkret och färdigdefinierad enhet (ibid., ss. 64–65). Senare övergavs helhetsgreppet för att istället försöka beskriva Sverige genom personliga berättelser om hur det var att vara svensk. Dessa berättelser utgjordes av framstående svenskar som tillsammans

skulle föreställa ett representativt utsnitt av Sverige, dess sociala kapacitet och geografiska spridning (Glover 2011, s. 95).

Glover menar att detta kan relatera till en förskjutning i SI:s arbete där det som tidigare sågs som upplysning nu sågs som information. Då SI grundades var kommunikationen av Sverige bilden ett upplysningsarbete där omvärlden skulle ges en lektion i svenskhet. Det senare arbetet kom snarare att präglas av en diversifiering av Sverige. En bild blev till flera bilder och Sverige kunde förstås på flera olika sätt, dock alltjämt inom ramen för SI:s politiska funktion vilken bestämde innehållet i den svenskhet som kommunicerades. Effekten av denna förskjutning var att Sverige inte längre kunde förklaras genom en enda sanning. Genom att se SI:s arbete som upplysning om Sverige blev effekten att ju fler böcker som producerades om Sverige, desto mer kunskap fanns att förmedla. Information å sin sida, är ett betydligt mer mångfacetterat begrepp och kan inte förklaras som att det finns en grundläggande sanning att förlita sig på. Det finns alltså en diskursiv förskjutning i kommunicerandet av Sverige bilden, från upplysning till information. (Ibid., ss. 185–190)

Sammanfattningsvis kan sägas att Glovers forskning om SI bidrar till en utökad förståelse för hur konstruerandet och kommunicerandet av Sverige bilden har förändrats över tid. Han visar i sin avhandling hur olika aktörer och intressen har styrt vad bilden av Sverige ska innehålla. Denna bild existerar inte som en enda sanning utan har omgärdats av olika idéer och retoriker. Den har med andra ord villkorats diskursivt av olika samhälleliga tendenser. På så vis har Sverige bildens innehåll och betydelse utformats tillsammans med politiska, ekonomiska och sociala förändringar såväl nationellt som internationellt. Detta för att Sverige bilden ska vara ständigt aktuell och tilldragande och inte riskera att kännas påprackad eller statisk (ibid., ss. 229–230). Glovers analys av Sverige bilden utifrån Musiałs teori om auto- och xenostereotyper är viktig för förståelsen av hur SI verkar, hur Sverige bilden ser ut och förändras samt hur dessa processer villkoras både nationellt och globalt.

### *Tracing roots of the Scandinavian model, Kazimierz Musiał (1998)*

Kazimierz Musiał (1998) beskriver i *Tracing roots of the Scandinavian model - Image of progress in the era of modernisation* hur idén om en progressiv skandinavisk samhällsmodell format nationella identiteter i Danmark och Sverige under stora delar av 1900-talet. Nedan kommer vi författare fokusera på de delar av boken som direkt rör hur bilden av Sverige vuxit fram.

Musiałs tes är att bilderna av ett progressivt Skandinavien har skapats både internt och externt, genom så kallade *auto-* och *xenostereotyper*. Dessa stereotyper, som åsyftar en nationell självbild och den andres blick, befinner sig i ett dialektiskt förhållande där de båda påverkar varandra. Musiał understryker att xenostereotyper, alltså omvärldens förenklade syn på nationen, är kontextbundna och beroende av politiska och ideologiska omständigheter som präglar betraktaren. Det dialektiska förhållandet mellan auto- och xenostereotyper innebär då att det politiska läget och ideologiska strömningar i utlandet indirekt påverkar den nationella självbilden. Dessa processer har del i Sveriges, av tradition, goda anseende som ett ansvarstagande och fredligt land. Ett tidigt exempel är hur Sverige, i förhållande till en omvärld som stukades av ”the great depression” och påföljande radikaliserad av det politiska klimatet, kunde ses som ett föredöme och ett exempel att följa med medelvägs politik och lösningsorienterad inställning till samtidens sociala utmaningar. Dessa utomskandinaviska uppfattningar om Sverige som en förebild och en trygg plats på jorden kom sedan att bli till sanningar i den svenska historieskrivningen och därmed

implementeras i den nationella självuppfattningen. (Jfr. Musiał 1998, ss. 7–8; ss. 10–12).

Musiał undersöker bilder av Skandinavien sprungna ur såväl interna som externa (i dessa fall främst av ett angloamerikanskt ursprung) publikationer av sådan art att de ansetts relevanta för dåtidens (från 1930-tal och fram till 1990-talet) samhällsdebatt eller på andra vis påverkat den nationella självbilden. Främst handlar det om journalistiska och akademiska publikationer (ibid., ss. 16–18).

Sverige ansågs från 1930-talet och en bit in i efterkrigstiden som en stabil plats i en polariserad värld. I Sverige hade man lyckats tygla både kapitalismen och socialismen och kunde utvinna det bästa av båda dessa krafter för att föra en progressiv inrikespolitik. Denna unika position rönt stor uppmärksamhet i omvärlden och föranledde politiskt, journalistiskt och akademiskt intresse, vilket hjälpte till att mytologisera Sveriges ställning som ett modernt och världsledande land (ibid., ss. 21–24). Dessa egenskaper som initialt tillskrevs den svenska politiken kom med tiden att få en kulturell dimension och spilldes över i en föreställning om svensk karaktär och identitet; det svenska sättet att vara. Nu ansågs även svensk livsstil och svenskt företagande som progressiva och världsledande institutioner. Svensken kom att symbolisera den frigjorda människan och IKEA den innovativa designen och okomplicerade livsstilen som samtidsmänniskan krävde (jfr. ibid., ss. 28–31).

Enligt Musiał kan införlivandet av idéerna om Sverige och svensken som progressiva krafter förstås som en konsekvens av, framförallt, den amerikanska förståelsen av Sverige. Den grundar sig på historien om ett land som på mindre än ett halvsekel gick från att ha uppfattats som fattigt och eländigt, varifrån stora delar av befolkningen emigrerade, till att vara ett socialt och ekonomiskt föredöme. På så vis utvecklas, förstärks och bekräftas autostereotyperna av och med xenostereotyperna (ibid., ss. 31–32).

Det svenska föredömet är en föreställning som har byggts upp av xenostereotyper som bekräftats i konstruktionen av autostereotyper som i sin tur bekräftats av därpå följande xenostereotyper (jfr. ibid., s. 47). Idag är de positiva omdömena om Sverige, sprungna ur idén om den svenska modellen och den välfärdsstat som formades från 1930-talet och en bit in i efterkrigstiden, med viss reservation betraktade som historiska sanningar. Detta beror bland annat på att de har införlivats i vad som kommit att bli en svensk identitet som bekräftats av den ständiga rundgången av auto- och xenostereotyper inriktade mot att bekräfta ett redan etablerat tankegod och föreställningen om Sverige och svenskar som en progressiv och lösningsinriktad kraft i världen präglar alltså fortfarande vår självbild, även om den svenska modellens giltighet i stort sett kan anses överspelad (jfr. ibid., s. 56).

Musiał's forskning relaterar på ett direkt sätt till hur diskurser präglar meningsskapande och historieskrivning och den nära kopplingen till Sverigebildens utformning och innehåll gör teorierna om auto- och xenostereotyper väl värda att ta i beaktande i analysen av vår studie.

## Omvärldsanalyser kring uppfattningar om Sverige

Förutom den tidigare forskning som presenterats inkluderas även ett par undersökningar om uppfattningen av Sverige vilka vi författare anser är viktiga att nämna. Det bör påpekas att dessa inte kan klassas som akademiska studier, men då få studier har gjorts kring SI:s arbete med Sverigebildens menar vi författare att dessa undersökningars resultat bör presenteras här. Den första av dessa studier är en rapport om Sverigebildens i utlandet gjord av NSU på uppdrag av Utrikesdepartementet. Den

andra rapporten, gjord av SI tillsammans med analysföretaget United Minds, undersöker hur Sverige och den svenska samhällsmodellen upplevs av omvärlden. Denna undersökning är kvalitativ och bygger på djupintervjuer. I den tredje undersökningen har SI, tillsammans med marknads- och samhällsinformationsföretaget Demoskop, undersökt den svenska befolkningens självbild. Denna studie är kvantitativ och är utförd genom webbenkäter.

### *Bilder av Sverige i utlandet*, Lars-Olof Lundberg (2005)

*Bilder av Sverige i utlandet* är en studie genomförd på uppdrag av NSU. Syftet med studien är att bedöma Sverigebildens utformning, dess förändring över tid samt att utveckla mätmetoder för Sverigebildens utveckling. Studiens omfattande syfte matchas av ett brett metodologiskt tillvägagångssätt. För ändamålet har man bland annat genomfört såväl studier av hur Sverige porträtterats i utländsk media som ett hundratal intervjuer med olika politiker, journalister, ambassadpersonal och "opinionsbildare" samt olika former av enkätstudier (Lundberg 2005, ss. 85–86).

*Bilder av Sverige i utlandet* sammanfattar Sverigebildens utveckling från 1936 och Marquis Childs bästsäljande bok *Sverige: medelvägen* fram till tidigt 2000-tal. Det är i grova drag en utveckling från ett unikt land i Europas utkanter, sett som en fristad såväl som en svikare i kampen mot nazismen, till ett land väl integrerat i den europeiska gemenskapen där bilden av den alltjämt välfungerande svenska välfärden nyanserades något av mordet på Anna Lindh<sup>19</sup> och det faktum att det var det andra ministermordet i Sverige på mindre än 20 år. Däremellan omförhandlas bildens innehåll många gånger. Dock överlever idén om *den svenska modellen*, både som avskräckande exempel och som förebild för andra länder (ibid., ss. 88–99).<sup>20</sup>

Under efterkrigstiden och fram till och med 1960-talet utmejslas bilden av Sverige som ett fredsälskande, förnuftigt och flitigt land med god ekonomi och progressiva samhällslösningar. Sverige bilden präglas av vitt skilda egenskaper; såväl en byråkratisk tristhet som en sexuell frigjordhet. Från slutet av 1960-talet och fram till murens fall 1989 innehar Sverige ett oproportionerligt stort mediautrymme i förhållande till landets storlek, i huvudsak upptaget av personer och gärningar kopplade till Olof Palme, Björn Borg och Abba. Med Olof Palme som statsminister radikaliserades Sverige, i synnerhet utrikespolitiskt, vilket väckte internationellt intresse mot bakgrund av det pågående kalla kriget. Men med hans död, murens fall och Sveriges medlemskap i EG (och sedermera EU) förlorade Sverige mycket av sin unika politiska position vilket bidrog till en avmattning av intresset för Sverige (ibid., ss. 88–99).

Sverige bilden förstås i studien som i grunden präglad av i viss mån föråldrade klichéer såsom välfärdssamhället, en hög självmordsfrekvens, Volvo, köttbullar och sexuell frigjordhet (ibid., s. 189). Författaren framhåller dock att detta i sig självt inte ska förstås som något typiskt svenskt utan att nationella schablonbilder överlag tenderar att präglas av seglivade föreställningar. En slutsats av detta är att

---

<sup>19</sup> Denna något cyniska slutledning och det problematiska tonläget är återkommande inslag i *Bilder av Sverige i utlandet* och får därför inte stå okommenterat i uppsatsen. *Bilder av Sverige utlandet* är inte en akademiskt hållen text och mycket av undersökningen syftar till att räkna rena träffar i utländsk media. Därav uttrycks vissa saker något aningslöst. Exempelvis benämns diskotekbranden på Backaplan i Göteborg 1998, utan någon övrig kommentar, som "årets största nyhetshändelse."

<sup>20</sup> Detta har också en tydlig beröringspunkt i Kazimierz Musials forskning som presenterats ovan.

främjandearbete bör bedrivas långsiktigt för att generera positiva resultat. En annan tendens som berörs är den att Sverige sedan murens fall och EU-inträdet delvis förlorat sin unika position för att istället ingå, och med det grumlans något, i en europeisk gemenskap. Sverige har gått mot att vara ett vanligt mindre land i Europa. Detta innebär att Sverige bilden ytterligare måste koncentreras på det som särskiljer oss från andra, att låta ”alla” få vara med riskerar då att göra Sverige bilden otydlig (Lundberg 2005, ss. 197–198). Det bör understrykas att detta i praktisk mening handlar om att utveckla en gångbar varumärkesstrategi, där redan befästa ”sanningar” om Sverige och svenskhet används för att utveckla nya koncept. Det exemplifieras i studien med att marknadsföringen av svensk kultur bör bygga på en förankring av samtida kulturskapare i redan etablerade fenomen såsom Ingmar Bergman, Astrid Lindgren eller Abba (ibid., ss. 199–200). Men det kan också framstå, mer cyniskt, som att det är strategiskt riktigt att fortsätta ge livskraft åt villfarelsen om svensken som exempelvis blond och blåögd för att det är ett mer säljbart koncept än den komplexa verkligheten.

### *Den svenska modellen: synen på den svenska samhällsmodellens relevans i omvärlden, Svenska Institutet och United Minds (2012)*

Detta är en studie där SI tillsammans med United Minds har undersökt hur Sverige och det svenska samhället uppfattas utomlands. Målet med studien är att ge en kvalitativ bild av hur omvärlden ser på den svenska samhällsmodellen och om den kan uppfattas vara relevant för andra länder och de samhällsutmaningar de står inför. Resultaten är tänkta att användas som underlag för att kunna utforma och genomföra Sverige-främjande aktiviteter (Svenska Institutet & United Minds 2012, s. 8).

Studien omfattar tolv länder vilka alla ligger inom något av de geografiska prioriteringsområden för Sverige-främjandet som Utrikesdepartementet fastställt. Sammanlagt har 37 personer från olika samhällssektorer och skilda expertområden som företagsledare, kulturarbetare, journalister och statsvetare intervjuats. Intervjufrågorna berör synen på den svenska samhällsmodellen, det egna landets samhällsutmaningar samt ett antal frågor inom samhällsområden som yttrandefrihet, jämställdhet, barns rättigheter, sexuella minoriteters rättigheter, social rörlighet samt synen på individ, familj och stat (ibid., ss. 8–9).

Studien är uppdelad i två övergripande kapitel. Det första redovisar resultaten av intervjuerna tematiskt och redogör på så vis för omvärldens bild av Sverige. Det andra redovisar vilka samhällsutmaningar varje land som deltar i studien står inför och den svenska samhällsmodellens relevans i varje land. Redovisningen av studien kommer att fokusera på det första övergripande kapitlet eftersom det är vad vi författare anser är relevant för vår uppsats.

Studien bekräftar att synen på Sverige utomlands är övergripande positiv, däremot är kännedomen om Sverige avtagande, särskilt i tillväxtekonomier som Brasilien, Turkiet, Sydafrika, Kina och Indien. Den positiva bilden är dessutom beroende på geografiskt läge; ju närmare Sverige desto bättre kännedom. Detsamma gäller ålder; ju högre ålder, desto bättre kännedom. Detta menar rapportförfattarna betyder att det behövs ökade insatser mot yngre målgrupper i de länder som ligger långt bort från Sverige (ibid., s. 11).

Sammanfattningsvis slår studien fast att Sverige kan beskrivas som ett land präglad av jämställdhet, jämlikhet och internationellt ansvarstagande. Svenskar anses vara icke-hierarkiska och konsensusinriktade och har en tolerant och öppen syn till varandra och sin omvärld. Den svenska samhällsmodellen förstås som starkt kopplad

till välfärdsstaten, Sverige anses vara ett kunskapssamhälle med ett bra utbildningssystem och den svenska familjepolitiken med offentligt finansierad barnomsorg och en väl utbyggd föräldraförsäkring är välkänd. De mer insatta intervjupersonerna känner även till att Sverige har en progressiv hållning i sociala frågor exempelvis i synen på sexuella minoriteters rättigheter. Alla intervjupersoner tar yttrandefriheten i Sverige för given, men ingen av intervjupersonerna nämner det som en svensk profilfråga. I undersökningen framkommer det att de två områden som anses ha starkast koppling till den svenska samhällsmodellen är "jämlighet/jämställdhet" samt "samhälleligt omhändertagande" (Svenska Institutet & United Minds 2012, ss. 11–12).

### *Sverigebilder 2014: Resultat och slutsatser*, Svenska Institutet (2014)

Detta är en kvantitativ studie genomförd av SI tillsammans med Demoskop med syfte att ge ett statistiskt kunskapsunderlag för hur Sverige bilden uppfattas av Sveriges befolkning och hurvida den nationella självuppfattningen ser olika ut mellan olika befolkningsgrupper. 4309 personer har intervjuats från 18 års ålder och uppåt och en avvägning av resultaten har gjorts avseende kön, ålder, utbildning och partisympatier för att få en bra tillförlitlighet (Svenska Institutet 2014b, s. 2).

I studien framkommer tre övergripande bilder av Sverige och dessa bilder har beröringspunkter med åsikter inom andra områden. Med det menas att det kan sägas finnas en viss förutsägbarhet i hur den nationella självbilden ser ut om den ställs i förhållande till de uppfattningar en person har om andra samhällsfenomen. *Den första Sverige bilden* som framkommer i studien karaktäriseras av att Sverige har ett bra samhällsklimat. Sverige uppfattas som positivt vad gäller strävan efter jämställdhet, miljövänligt levnadssätt och motverkan mot diskriminering i samhället. Denna bild är vanligare bland höginkomsttagare, personer med materialistiska värderingar<sup>21</sup> och alliansväljare<sup>22</sup>. *Den andra Sverige bilden* som framkommer karaktäriseras av att Sveriges internationella samarbeten är viktiga. Det internationella engagemanget anses ha varit till nytta för svensk samhällsutveckling och Sverige ses även som ett föregångsland i globala frågor, något som även ålägger Sverige ett särskilt ansvar internationellt. Denna bild är vanligare bland personer med idealistiska värderingar och är särskilt överrepresenterad bland sympatisörer till Folkpartiet och Miljöpartiet. *Den tredje Sverige bilden* som framkommer i studien karaktäriseras av att Sverige är ett kreativt, öppet och modernt land. Sveriges befolkning upplevs som kreativ och förändringsvillig, den har nya idéer och möjligheter att förverkliga dessa. Denna bild är jämnt spridd bland olika befolkningsgrupper, men är vanligare bland personer över 65 år. (Svenska Institutet 2014b, s. 3)

Sammantaget framstår bilden av Sverige som ett öppet land i såväl inställning till nya influenser från andra länder som till skapandet av möjligheter inom landet. I denna uppfattning framkommer dock en intressant paradox; många av de tillfrågade anser sig själva vara öppna för nya idéer medan de upplever andra svenskar som mer stängda för dessa nya idéer. Det gör att bilden av Sverige som land präglas av öppenhet samtidigt som bilden av den svenska befolkningen inte alltid gör det. Sverige uppfattas även som ett kompromissvänligt land där det finns en strävan efter

<sup>21</sup> Uppdelningen i materialistiska respektive idealistiska värderingar är rapportförfattarnas.

<sup>22</sup> Alliansväljare syftar här till sympatisörer med något av partierna i programsamarbetet mellan de borgerliga riksdagspartierna; Centerpartiet, Folkpartiet liberalerna, Kristdemokraterna samt Moderata samlingspartiet.

samförstånd. I denna uppfattning framkommer två huvudtendenser som skiljer sig åt hos personer med materialistiska respektive idealistiska värderingar. Personer med materialistiska värderingar uppfattar Sverige som mer kompromissvilligt än de med idealistiska värderingar. Det finns även en skillnad i ålder då äldre personer värderar strävan efter kompromisser mer än yngre personer. (Svenska Institutet 2014b, ss. 3–4)

Vad gäller vilka prioriteringar som präglar det svenska samhället finns en bred uppfattning att Sverige är ett land där barnets behov sätts i främsta rummet, 81 procent av de tillfrågande anser att detta är en viktig prioritering medan knappt hälften anser att det svenska samhället är präglat av den. Andra prioriteringar som framkommer i undersökningen är strävan att leva miljövänligt och hållbart. Den sistnämnda prioriteringen är något vanligare bland kvinnor än män. I jämställdhetsarbete och motverkan av diskriminering av etniska minoriteter syns ett liknande mönster som i attityder kring miljö och hållbarhet. Engagemang i dessa frågor är vanligare hos kvinnor och personer med idealistiska värderingar (ibid., ss. 4–5).

Studien har även undersökt vilka som är de vanligaste så kallade stolthetsfaktorerna. Män tenderar att värdera svenska uppfinningar som stolthetsfaktorer. För alla grupper, dock på en relativt låg nivå, framkommer saker som svenskt kulturliv, svenska idrottare och svenskt kulturarbete. Svenskt näringsliv och svenskt miljöarbete är däremot lågprioriterade stolthetsfaktorer (ibid., ss. 5–6).

Det mest utmärkande för Sverige anses vara starka demokratiska värderingar och respekt för mänskliga rättigheter, men också respekt för lagar och regler och medborgerliga rättigheter. Faktorer som är särskilt lågt rankade och som inte ses som typiska för Sverige är synen på Sverige som ett land som arbetar för och bidrar till en hållbar utveckling i världen, att Sverige är ett bra land att investera i samt att Sverige är ett land med starkt fokus på kultur, konst och kreativa näringar (ibid., s. 6).

I frågor som rör samhörighet ser sig svenskar som just svenskar i första hand och i andra hand som ortsbör. Samma sak gäller identifieringen svensk kontra identifieringen som europé; svenskar ser sig i första hand som svenskar, därefter som medborgare i lokalsamhället, sedan landskapet där man bor och i sista hand som européer. Här har dock rapportförfattarna upptäckt ett intressant mönsterbrott; bland personer som är 29 år och yngre identifierar sig fler personer med andra människor i Europa och övriga världen. Detta tolkar rapportförfattarna som att den yngre befolkningsgruppens uppväxt har präglats starkare av det svenska EU-medlemskapet och övrig internationalisering av samhället än vad som är fallet med äldre grupper i samhället (ibid., ss. 6–7).



## Resultatredovisning

I detta kapitel presenteras studiens resultat. För att underlätta för läsaren och ge en god överblick har vi författare valt att presentera pressmeddelandena från de 51 utställningarna i en tabell då de sammanlagt utgör ett omfattande material. Intervjuerna presenteras tematiskt genom utbrutna citat tillsammans med kommentarer från oss författare. Detta anser vi vara en praktisk form av presentation då det synliggör för läsaren i vilken kontext vi författare förstår intervjusvaren.

### Pressmeddelanden

Det arkivmaterial som finns tillgängligt på SI Paris är i huvudsak de pressmeddelanden som skickats ut inför öppnandet av nya utställningar på kulturhuset. Generellt kan pressmeddelandena sägas innehålla en beskrivning av utställningens innehåll och syfte, en beskrivning av det konstnärskap/den hantverksgärning som ligger bakom materialet som ställs ut, information om utställningens tid och plats samt inom vilket externt sammanhang utställningen placeras. I tabellen nedan har dessa generella aspekter av pressmeddelandena gjorts till kolumner i vilka varje utställning presenteras.

Detta är ett intressant material att studera då både syfte och avsändare är tydliga. Pressmeddelanden syftar till att just kommunicera utställningens innehåll och beskriva dess narrativa utgångspunkt i ett koncentrerat format samt att marknadsföra verksamheten på kulturhuset. Pressmeddelandena är av nämnda anledningar också intressanta i förhållande till föreställningen om att, exempelvis, våra kulturinstitutioner utgår ifrån konceptet om ett idealsubjekt i sitt kommunikativa arbete, vilket återkopplar till Faircloughs resonemang om målgruppsanpassad kommunikation som beskrivits ovan. I detta material finns det som SI Paris vill berätta samt det institutet anser att en potentiell besökare behöver veta om en utställning.

### Lathund till resultattabell

I tabellens tredje kolumn Sammanhang anges de sammanhang och samarbetspartners som SI Paris arrangerar sina utställningar med. Vi författare vill här ge en utförligare förklaring till vad dessa innebär.

- *Mois de la Photo* är en fotobiennal som arrangeras i november vartannat år på flera platser runt om i Paris.
- *Fashion Week* är Paris modevecka då modevisningar och andra moderelaterade aktiviteter arrangeras runt i om i Paris.

- *Umeå2014* är det officiella namnet för de aktiviteter som arrangerades i samband med att Umeå var Europas kulturhuvudstad 2014. SI Paris deltog i det turnerande projektet *66° Nord: l'attitude suédoise* som arrangerades i samband med Umeå2014.
- *Designer's days* är en årlig designfestival som hålls på flera platser runt om i Paris.
- *Paris Photo* är en fotomässa som arrangeras i november månad vartannat år i Grand Palais. Mässan arrangeras de år som *Mois de la Photo* inte hålls. Dessa två fotoevenemang har gjort november månad till Paris inofficiella fotomånad.
- *Strindbergsåret 2012* var ett år av hyllning till August Strindberg där en mängd olika aktiviteter arrangerades i såväl Sverige som andra platser i världen för att uppmärksamma att det var 100 år sedan hans död.
- *Drawing Now* är en årligen återkommande mässa för samtida illustrationer och serieteckning som hålls på flera platser i Paris.
- *Paris Design Week* är en vecka full av designrelaterade event på flera platser runt om i Paris.
- *Salon du livre* är Paris bokmässa som varje år har olika teman.
- *200-årsjubileet för familjen Bernadottes trontillträde* var ett sätt att uppmärksamma att det var 200 år sedan Jean-Baptiste Bernadotte tillträdde som Sveriges monark. Jubileet syftade till att uppmärksamma de goda relationerna mellan Sverige och Frankrike.
- *Naturåret 2009* arrangerades av Naturhistoriska Riksmuseet och var ett sätt att uppmärksamma att det var hundra år sedan de första nationalparkerna skapades i Europa.
- *Fêtes des jardins* är en blomsterfestival som arrangeras under en helg runt om i Paris.

## Resultattabell

Nr	Utställningens namn	Period	Konstform/typ	Sammanhang	Beskrivning
1	<i>Maria Holmer Dahlgren</i> (Café Suédois)	12 feb. – 3 maj, 2015	Grafisk design och formgivning		Välkänd svensk design för bordsdukar och andra vardagsföremål ställs ut som konst.
2	<i>Plus que de la pub!</i>	12 feb. – 3 maj, 2015	Reklamfilmer och reklamaffischer		Med fokus på svenska reklamkampanjer exemplifieras reklamens roll i samhället och dess sociala inflytande.
3	<i>Un rêve s'il en fut jamais</i> Tuija Lindström	14 nov., 2014 – 18 jan., 2015	Fotografi	Mois de la Photo	Välkänd svensk fotograf. Normkritisk tolkning av olika klassiska teman.
4	<i>Felicia Blohm</i> (Café Suédois)	14 nov., 2014 – 18 jan., 2015	Fotografi	Mois de la Photo	Visar svårmodet och lättheten i de sena tonåren.

5	<i>Swedish fashion goes Paris</i>	25 sep. – 19 okt., 2014	Modeutställning	Fashion Week	Svenskt avantgardistiskt mode.
6	<i>Slowart</i>	10 maj – 13 juli, 2014	Konsthantverk	Designer's Days	Hantverksföremål ur Nationalmuseums samlingar med fokus på långsam och omsorgsfull arbetsprocess.
7	<i>Identités en mouvement: Cinq voix samies contemporaines</i> Katarina Pirak Sikku Liselotte Wajstedt Anders Sunna Joar Nango Silje Figenschou Thoresen	12 feb. – 20 april, 2014	Samtidskonst: bl.a. film, arkitektur, måleri, kollage	66° Nord: l'attitude suédoise  Umeå2014	Fem samtida samiska konstnärer som genom olika tekniker ger uttryck för den samiska identiteten, kulturen och olika konflikter som uppstått mellan svenska staten och samerna i Sverige.
8	<i>Máze</i> Céline Clanet (Café Suedois)	12 feb. – 20 april, 2014	Fotografi	66° Nord: l'attitude suédoise  Umeå2014	En bildserie från den norska samebyn Máze. Motiven är människorna, djuren och naturen.
9	<i>2 x Paris</i> JH Engström / CHR Strömholm	14 nov., 2013 – 12 jan., 2014	Fotografi	Paris Photo	Två av svenskt fotografis största namn visar sina Paris-skildringar.
10	<i>Barrön</i> Gregory Bricourt (Café Suédois)	14 nov., 2013 – 12 jan., 2014	Fotografi	Paris Photo	Fransk fotograf som efter en vistelse på Barrön har porträtterat svensk natur.
11	<i>Sens dessus dessous</i>	3 maj – 20 okt., 2013	Illustrationer barnkultur	Designer's Days	Samtida svenska illustratörer med ett bildspråk till barn: barnböcker, serier och filmanimation.
12	<i>Une artiste, deux lieux: Homo Capax</i> Mårten Medbo	15 feb. – 21 april, 2013	Keramik		Retrospektiv över ett betydande konstnärskap i gränslandet mellan hantverk och konst.
13	<i>Distances Différentes</i> Denise Grünsten, Julia Hetta, Martina Hoogland Ivanow, Julia	7 nov., 2012 – 27 jan., 2013	Fotografi	Mois de la Photo	Ny generation kvinnliga fotokonstnärer. Deras uttryck hämtas ur såväl konsthistorien som personliga erfarenheter.

	Perione, Elisabeth Toll				
14	<i>L'image d'August Strindberg</i> August Strindberg	4 maj – 14 okt., 2012	Fotografi	Strindbergsåret	Strindbergs fotografiska självporträtt.
15	<i>La vie n'est pas pour les amateurs</i>	7 feb. – 15 april, 2012	Serieteckning	Strindbergsåret Drawing Now	Nio svenska serietecknare tolkar August Strindberg.
16	<i>Existence</i> Nathalia Edenmont	8 nov., 2011 – 22 jan., 2012	Fotografi	Paris Photo	Edenmonts första egna utställning i Frankrike. Döda djur framställs som vackra objekt.
17	<i>Svenskt Tenn: Un classique du design</i>	9 sep. – 23 okt., 2011	Design och textil	Paris Design Week	Framgångssagan Svenskt Tenn. Hur dess arv lever vidare i samtida svensk design.
18	<i>Les enfants d'abord</i>	13 maj – 17 juli, 2011	Design och installation	Designer's Days	Två utställningar med fokus på barn och deras närmiljöer.
19	<i>Relier les mots</i> Annika Baudry, Per-Anders Hübner, Johanna Röjgård Sjöberg (Café Suédois)	10 feb. – 24 april, 2011	Bokbinderi	Salon du livre - Lettres nordique	Ett klassiskt hantverk i ständig utveckling. Visar tolkningar av nordisk och fransk litteratur i bokbinderi.
20	<i>Les étoiles s'en balancent</i> Jockum Nordström	10 feb. – 24 april, 2011	Samtidskonst: teckning, skulptur, kollage	Drawing Now	Samtidskonst. Teckning, skulpturer och kollage, ofta i material som papper och kartong.
21	<i>Tio fotografier - le collectif</i>	9 nov., 2010 – 23 jan., 2011	Fotografi	Mois de la Photo	Visar fotografier från ett halvsekel. Nyfiket, upptäckande och genreöverskridande.
22	<i>Nordic Delight</i>	9 sep. – 24 okt., 2010	Samtidskonst: bla. fotografi, film, måleri		17 nordiska samtidskonstnärer ger fingervisning var den nordiska samtidskonsten befinner sig idag.
23	<i>Sigvard Bernadotte</i> (Med verk av bl.a Prins Carl-Philip)	7 maj – 18 juli, 2010.	Industridesign	Designer's Days 200-årsjubiléet för familjen Bernadottes	En svensk designpionjär och en plantskola för dansk och svensk formgivning.

				trontillträde.	
24	<i>10-gruppen</i> (Café Suédois)	7 maj – 18 juli, 2010	Grafisk design	Designer's Days	10-gruppen firar 40 år. Mönster och tryck på tyg inspirerande av måleri, arkitektur och folklore.
25	<i>Le temps du corps...</i> Johanna Billberg, Annika Eriksson, Maria Friberg, Andreas Gavell-Mohlin, Andreas Gedin, Lars Stillberg	19 feb. – 18 april, 2010	Samtidskonst, video		En samling videoverk av svenska videokonstnärer som undersöker kroppens möjligheter.
26	<i>... et en corps</i> (Café Suédois)	19 feb. – 18 april, 2010	Samtidskonst, video		Tre olika videoverk på temat kroppens möjligheter. Tunnbrödsbakning, folkdans och matlagning trots språkförbistring.
27	<i>Skog/Forêt</i>	13 nov., 2009 – 24 jan., 2010	Fotografi och installation	Naturåret 2009  100-årsjubileet för skapandet av de första nationalparkerna i Europa	Svenska samt svenskfranska konstnärer visar verk inspirerade av skogens symbolik och funktion i dagens samhälle.
28	<i>Moments heureux / Lyckliga stunder</i> Lilian Bäckman (Café Suédois)	13 nov., 2009 – 24 jan., 2010	Hantverk		Gamla tallrikar görs om till klockor.
29	<i>Instantanés</i> Anna Bjerger och Jenny Källman	18 sep. – 25 okt., 2009	Måleri och fotografi		Ögonblicksbilder som, genom olika tekniker visar existensens ömtålighet.
30	<i>Joanna Hellgren</i> (Café Suédois)	18 sep. – 25 okt., 2009	Serieteckning, illustration		Svensk serietecknare, känd för seriealbumen "Frances".
31	<i>Mais où va le design suédois? de Karin et Carl Larsson à Front</i>	6 maj – 26 juli, 2009	Design		Undersöker via den samtida svenska designen, dess framtid. Ställt i förhållande till vårt kulturarv (gestaltat i Carl och Karin Larsson).

32	<i>Archi DURABLE, d'un modèle à une vision</i>	13 feb. – 19 april, 2009	Arkitektur och fotografi		Tre utställningar som reflekterar kring arkitektoniska lösningar för en hållbar framtid.
33	<i>I love Borås!</i> Lars Tunbjörk	9 nov., 2008 – 25 jan., 2009	Fotografi	Mois de la Photo	En serie bilder som visar vår samtids besatthet av konsumtion.
34	<i>Svensk Sylvestre Meinzer (Café Suédois)</i>	9 nov., 2008 – 25 jan., 2009	Fotografi	Mois de la Photo	En etnologisk fotografisk studie av människor och deras hem i Västerbotten
35	<i>La Croisée des Regardes</i>	19 sep. – 26 okt., 2008	Fotografi	Frankrikes ordförandeskap i EU	Tre svenska och tre franska fotokonstnärers verk utifrån sina föreställningar om det andra landet.
36	<i>Une modernité révélée</i> Hilma af Klint	11 april – 27 juli, 2008	Måleri	I samband med en större systerutställning på Centre Pompidou.	Den första egna utställningen med af Klints verk i Frankrike.
37	<i>Les Maisons Rouges - l'histoire d'un couleur</i>	9 nov., 2007 – jan., 2008	Fotografi och arkitektur		Berättar historien om Falu Rödfärg vilket samtidigt är en historia om Sverige, svensk arkitektur och svenskt kulturlandskap.
38	<i>Bruno Mathsson</i>	8 sep. – 29 okt., 2006	Arkitektur och möbeldesign		Ett retrospektiv över Mathssons ständigt aktuella gärning som designer och arkitekt.
39	<i>Malmö &gt; Marais</i>	våren 2006	Samtidskonst		Verk från Malmö Konstmuseum presenterar Sverige svensk samtidskonst i en internationell kontext
40	<i>Eau</i> Simon Häggblom & Karin Lind	15 sep. – 28 okt., 2004	Installation	Fêtes des jardins	Tre robotgräsklippare skriver, utan avbrott, "Eau" (vatten) på trädgårdens gräsmatta för att uppmärksamma politiska och filosofiska frågor rörande vatten.
41	<i>Gerry Johansson och Ann Jansson</i>	16 sep. – 8 okt., 2004	Fotografi och keramik		Fotografier av Arktis karga landskap ställs ut tillsammans med keramik i

					monokroma färgskalor.
42	<i>Susanna Hesselberg</i>	16 sep. – 28 okt., 2004	Fotografi och installation		Surrealistiska verk. En lek mellan dekor och människa.
43	<i>Attendant</i> Regina Virserius	16 sep. – 28 okt., 2004	Fotografi		Porträtt som anspelar på att vara tidlösa. Mycket tid läggs ner på varje foto som vill representera objektets själ.
44	<i>Balancing Acts /Jeux d'Equilibre</i>	11 maj – 14 juli, 2004	Samtidskonst, bl.a. videoverk och installationer		Sju svenska konstnärer från olika generationer får representera den svenska samtidskonsten.
45	<i>L'excellence des étiquettes de vin</i> Björn Dawidsson (foto) Lars Torstensson och Greger Ulf Nilsson (design)	19 sep. – 1 dec., 2002	Fotografi		Fotografier av prisbelönt design av vinetiketter och vinlådor
46	<i>Folklore Fashion par Dawid</i> Björn Dawidsson	19 sep. – 1 dec., 2002	Fotografi	Mois de la Photo	Fotografier där folkdräkter kopplas samman med samtida mode.
47	<i>Prix Design Suédois 2002</i>	19 sep. – 24 nov., 2002	Design	Vinnarna av priset Utmärkt Svensk Form	Pristagarna av designpriset Utmärkt Svensk Form ställs ut för att dra uppmärksamhet till svensk design.
48	<i>Klas Katt</i> Gunnar Lundkvist	23 jan. – 14 april, 2002	Serieteckning, illustration	I samband med utgivningen av <i>Klas Katt</i> på franska	Originalplanscher och målningar av Klas Katt, en välkänd seriekatt i Frankrike.
49	<i>La Passion</i>	23 jan. – 14 april 2002	Serieteckning, illustration		14 svenska serietecknare ställs ut och ger en fingervisning av var den svenska serietecknarkonsten befinner sig.
50	<i>Chers enfants - des hommes, des enfants et de l'égalité des chances en Suède.</i>	22 sep. – 5 nov., 2000	Fotografi	Inför Sveriges ordförandeskap i EU 2001	Bilder av olika svenska män och deras förhållande till barn.

	Ulla Lemberg				
51	<i>La collection Khalili et ses textiles de la Scanie</i>	17 mars – 4 maj, 2000	Textilier		Skånsk textil ur Khalilisamlingen. Fokus på festtextilier från skånska bondgårdar med mönster från olika delar av världen.

För referenser till tabellen se bilaga 2.

### Sammanfattning av pressmeddelanden

För att få en överskådlig bild av vad som har ställts ut på SI Paris under den period som denna uppsats undersöker har vi författare valt att redovisa resultaten i en tabell. I tabellen framgår en stor bredd i utbudet av utställningar, samt sett till konstnärliga uttryck. Såväl keramik, videokonst och fotografi som illustrationer, serieteckning och industridesign samsas i utbudet. Vissa inslag är återkommande, såsom fotografi, design och samtidskonst. Variationen och bredden i uttrycken är konstant över den undersökta tidsperioden. Det vill säga att ingen konstform dominerar om man ser till varje verksamhetsår för sig. Konstnärerna som ställer ut på SI Paris är i huvudsak från Sverige, men emellanåt visas även konst från franska konstnärer. Dessa är fotografiska utställningar där temat är Sverige, som till exempel utställning 10, 34 och 35.

Återkommande teman och inslag är således en viktig del i utställningsverksamhetens utformning. Det är även tydligt att rent historiska utställningar undviks, så när som på Khalilisamlingen (utställning 51). Detta är även den äldsta utställningen i studien, men som framgår av tabellen syftar denna utställning till att påtala historiska samband med samtida konstnärskap och kulturutövning. Klart är också att merparten av utställningarna ingår i ett större sammanhang, som en del av andra kulturella evenemang i Paris, exempelvis Mois de la Photo eller Designer's days. Vissa utställningar verkar även som en del i politiska satsningar, som Sveriges respektive Frankrikes ordförandeskap i EU. Vissa utställningar förlängs även till Café Suédois som i viss mån fungerar som ett annex till de andra utställningssalarna.

Många av utställningarna visar att SI Paris kan fylla en funktion som en renodlad konsthall eller ett kulturhus medan andra (exempelvis utställning 2, 18 och 45) innehåller delar som får SI Paris att uppfattas mer som en plattform för exponering av svenska företag.

### Intervjuer

Nedan presenteras resultatet av de, för studien, genomförda intervjuerna. Då intervjuerna syftar till att belysa den kontext som omger utställningarna på kulturhuset har intervjuguiden (se Bilaga 1) utformats tematiskt. I praktiken har de konkreta frågor som ställts under intervjuerna anpassats efter innehållet i varje informants resonemang vilket har gjort att materialet inte kan redovisas efter hur frågorna formulerats i intervjuguiden. I följande redovisning av resultaten har citat



istället brutits ut för att exemplifiera de resonemang som besvarat de övergripande tematiska frågorna. De huvudsakliga temana är: *Urval till publik verksamhet, Innehåll i utställningarna, Uppdrag samt Uppfattningar av Sverige bilden.*

### Om informanterna

Informanterna i studien innehar olika befattningar och erfarenheter men samtliga har ett direkt ansvar för utställningsverksamheten vid SI Paris. SI Paris är en relativt liten organisation så för att i möjligaste mån undvika identifiering av informanterna nämns inte vilka specifika positioner de innehar. Värt att påpeka är ändå att informanterna tillsammans representerar både en bred branskmässig erfarenhet och omfattande erfarenhet av tjänstgöring vid SI Paris.

### Urval till publik verksamhet

I intervjuerna har frågor om urvalet berört många områden varför materialet har delats in i tematiska underrubriker. Den första underrubriken, *Det breda urvalet*, berör resonemangen som ligger till grund för urvalsprocessen. Den andra underrubriken, *Arbetsprocessen* bakom urvalet, ger oss en inblick i hur det praktiska arbetet med urvalsprocessen ser ut. Den tredje underrubriken, *Sammanhang i om- och närvärld*, handlar om hur SI Paris i sin urvalsprocess gällande utställningar tar intryck av vad som sker i den omgivande kulturella världen. Den sista underrubriken, *Tematiskt arbete*, beskriver hur SI Paris i sitt urval arbetar i större teman med olika kluster av samarbetspartners.

#### *Det breda urvalet*

För SI Paris roll som kulturhus framhåller både informant 1 och informant 2 att det är viktigt att man har en innehållsmässig bredd i utställningarna för att nå ut till många och få ett brett genomslag.

Som sagt gäller det högt och lågt. Lite grann att vara både Dramaten och Stadsteatern. Att vi visar att vi kan rikta oss till båda. För är vi för elitistiska, är vi för smala, så når vi inte ut brett och kan också ses som en elitistisk nation vilket vi inte är.

*Informant 2*

Informant 1 menar dock att bredden kan göra SI Paris lite svårdefinierbart.

Sen finns det en aspekt som är lite problematisk med utställningarna, att det är en stor bredd. Från nu [när vi visar] reklam [till] design, foto, samtidskonst, lite äldre konst även om det är väldigt sällan numera, gör att vi kanske är svåra att definiera.

*Informant 1*

#### *Arbetsprocessen bakom urvalet*

Upprinnelsen till vilka utställningar som görs på kulturhuset ser olika ut, ”*det finns inte en väg till en utställning*” (informant 1). Det gör att det inte riktigt finns några fasta kriterier för urvalet till en utställning. Det är också så att SI Paris sällan producerar egna utställningar men informant 2 menar att kulturhuset är fritt att anpassa de utställningar som visas i kulturhusets regi efter målgrupp och uppdrag.

Det är sällan vi som producerar utställningarna [...] Däremot är vi ganska fria i vår anpassning. Vi kan lägga bort verk, vi kan lägga till verk. Vi ändrar texter, vi lägger till texter, ganska mycket texter för fransmännen vill ha info [...] Där kan det finnas en skillnad mellan hur man presenterar ämnen i utställningsform i Sverige och i Frankrike.

*Informant 2*

Själva arbetet med urvalet görs av programgruppen, som den kallas internt, och i denna grupp ingår de personer som har ansvar för olika delar av kulturhusets publika aktiviteter. Det finns flera faktorer som avgör vilka utställningsidéer som diskuteras i gruppen och om dessa kan resultera i en utställning eller ej beror på hurvida de bedöms vara intressanta och relevanta nog. Arbetet i gruppen beskrivs som varierande sett till såväl det innehåll som diskuteras som till arbetsprocessen.

De förslag som kommer till den här gruppen har kommit dit på olika sätt. Antingen är det för att någon av de ämnesansvariga har sett utställningen eller hört talas om utställningen i Sverige. Eller så kan det vara att någon svensk person ansvarig för utställningen [...] som skulle tycka det var intressant att visa den i Frankrike, eller en stad, eller att någon som vill vara närvarande i Paris tar kontakt med oss och säger: ”Titta på den här utställningen. Skulle inte det vara intressant att visa?” [...] Men det kan också vara en fransk förfrågan. Alltså från en samarbetspartner som [har något de] skulle vilja visa.

*Informant 2*

#### *Sammanhang i om- och närvärlden*

Förutom det innehållsmässigt breda utbudet av utställningar samarbetar SI Paris med utomstående aktörer för att nå ett bredare genomslag. Detta innebär att man från SI Paris sida schemalägger många av sina utställningar efter olika franska kulturhändelser, främst runt om i Paris (se kolumnen Sammanhang i utställningstabellen). Med hjälp av dessa franska samarbetspartners når SI Paris ut till fler och får vara med i större sammanhang. Förutom rent uppenbara fördelar gällande marknadsföring och chansen att locka till sig en större publik kan dessa samarbeten även leda till att kulturhuset knyter nya kontakter.

Ofta försöker vi haka upp det på någonting som händer i Frankrike. Vi vill så mycket som möjligt jobba med franska partners. Det ger en förankring och det ger en bredd och en större möjlighet att nå ut till en publik. Liksom att man korsbefruktar sina kontakter och så vidare.

*Informant 1*

Som exempel på sådana sammanhang nämns SI Paris satsning på fotoutställningar under november månad varje år, eftersom det har blivit en inofficiell fotomånad för Paris stad. Vartannat år arrangeras fotobiennalen Mois de la Photo på flera olika platser i staden såsom gallerier, bibliotek och andra utställningshallar. Varje år arrangeras dessutom Europas största fotomässa, Paris Photo, i Grand Palais. Genom att delta inom ramen för dessa lockas en fotointresserad publik till kulturhuset SI Paris, och det bidrar även till ett bredare genomslag i pressen. ”[Man är] med i hela deras maskineri vilket gör att man kommer ut på ett helt annat sätt”, som informant 2 uttrycker det. Som andra exempel på evenemang, vilka är viktiga att delta i, nämns Designer’s Days, Paris Design Week, Paris Fashion Week.

Vi försöker, när det inte är självklart att det är ett ämne som alla skulle tycka var jätteintressant, alltid att hitta en fransk samarbetspartner, antingen i innehållet eller i kommunikationen. Till exempel Paris Photo för en fotoutställning eller Designers days. Det gör vi i och för sig oavsett om det är smalt eller brett men det är extra viktigt när det är lite smalare.

*Informant 2*

### *Tematiskt arbete*

De senaste åren har SI Paris även börjat arbeta mer tematiskt vilket påverkar valet av utställningar. Dessa tematiska satsningar görs tillsammans med andra utlandsmyndigheter. Ett exempel på en tematisk satsning som alla tre informanter tar upp är *66° Nord l'attitude suédois*, vilket var en satsning som gjordes tillsammans med Umeå2014 och andra utlandsmyndigheter för att rikta fokus mot "*det nordliga rummet*" (informant 2). Detta tematiska arbetssätt kommer att fortsätta under 2015 med fokus på hållbarhet, då inom ramen för den stora klimatkonferensen som hålls i Paris under året.

Det här är andra gången vi gör det [arbetar tematiskt] nu när vi ska göra det kring hållbarhet. Förra året gjorde vi det kring det nordliga rummet i och med att Umeå var kulturhuvudstad. Så det gäller ju då att [veta] varför väljer vi det temat. Då var det för att Umeå var kulturhuvudstad, nu är det för att Paris kommer vara värd för nästa stora klimatkonferens i december.

*Informant 2*

### **Innehåll i utställningarna**

Innehållet i utställningarna är en produkt av olika ställningstaganden och strategier och är tätt sammankopplade med urvalsprocessen. Det som avses med urval och som behandlats under föregående rubriker är de ramverk som skapas inför utställningarna och med innehållet avses de faktiska föremål som ställs ut. Materialet som behandlar innehållet i utställningarna har delats in i tre underrubriker. Under den första underrubriken, *Det kvalitativa innehållet – möjligheter och begränsningar*, behandlas vad som ställs ut på SI Paris och vad som väljs bort. Den andra underrubriken, *Det praktiska innehållet – möjligheter och begränsningar*, talar istället om vad som är praktiskt möjligt att ställa ut på SI Paris. Den tredje och sista underrubriken, *Samverkan inom kulturhuset*, handlar om hur SI Paris måste ta hänsyn till övriga fyra verksamhetsgrenar i huset när utställningar planeras och genomförs.

#### *Det kvalitativa innehållet – möjligheter och begränsningar*

Likt urvalet beror innehållet på flera faktorer. En faktor som både informant 1 och informant 2 framhåller är kvaliteten på det som ställs ut, då det bidrar till att upprätthålla SI Paris trovärdighet som kulturinstitution. Informant 2 framhåller även att det som ställs ut måste motsvara intressen från den franska publiken. Vad som finns att ställa ut måste då vägas av mot detta intresse. Det innebär alltså att kulturhuset i viss mån anpassar utställningarna efter vad som förväntas att den franska publiken finner intressant med svensk kultur.

För oss är det väldigt viktigt med kvaliteten, att vi är trovärdiga även om vi inte är en konstitution till exempel, att den konst vi visar har ett gott anseende, är kvalitativ och inte känns amatörmässig och så vidare.

*Informant 1*

Kvalitén, såklart. Intresset eller att det kan bli ett intresse från Frankrike.

*Informant 2*

[...] det är lite grann utifrån och in så att säga. Det gäller att hitta den gemensamma nämnaren mellan vad vi har att erbjuda och vad man förväntar sig, eller inte förväntar sig men i alla fall vad det kan finnas för intresse där vi tror att vi kan skapa nyfikenhet.

*Informant 2*

Att leva upp till franska förväntningar samspelar även med vilket slags Sverige SI Paris vill visa upp. Detta har dels sin förklaring i kulturhusets uppdrag, men det finns också en tydlig fokusering på att visa upp ett samtida Sverige. Både informant 1 och informant 2 poängterar att rent historiska utställningar ska undvikas om det inte samtidigt visar en framåtrörelse. Informant 2 exemplifierar denna strategi med en utställning de gjort med Hilma af Klints konst.

Det [utställningsverksamheten] ska tillföra någonting nytt, [...] vi är inte här för att visa en historisk bild av Sverige utan ska det vara nånting historiskt så måste det finnas en tanke bakom så att det kan ge en bild av nånting framåt.

*Informant 1*

Det enda som man säger kanske är: "Undvik att göra en historisk utställning om Gustav Vasa". Det är väl det som kanske inte går in i de fyra områdena, vi kan visa historia men då ska man visa det på ett nytänkande [vis].

*Informant 2*

Vi har visat Hilma af Klint. Hilma af Klint är ju mer [ett] kulturarv än [en] samtidskonstnär. Jag menar, hon är inte samtidskonstnär. Men hon var ju så extremt avantgarde, till och med så avantgarde att ingen kände till henne när hon var verksam och då kunde vi visa fram det. Då blev det att vi ändå visade Sverige som ett extremt avantgardistiskt, kreativt land men genom att visa en historisk person och konstnär.

*Informant 2*

Bilden av Sverige som ett "avantgardistiskt, kreativt land" som informant 2 talar om i ovanstående citat relaterar till den övergripande idén och målet om att visa Sverige som ett progressivt land. Det bidrar till att det inte finns någon påtaglig rädsla för att husera provocativa utställningar, men samtidigt påpekas att det är viktigt att uppnå en balans. SI Paris ska inte provocera för provocerandets skull.

Men tanken är ju ändå att visa Sverige som ett progressivt land. Så vi är inte rädda för att provocera. Vi är ingen ambassad heller som kanske behöver ha det politiska i åtanke. Sen vill vi inte provocera för att provocera, utan det ska ju finnas en anledning till varför vi gör det.

*Informant 2*

En ytterligare viktig aspekt i detta är att SI Paris inte bara ska göra reklam för Sverige. Som ett kulturhus vill SI Paris skapa dialog med sin publik vilket har att göra med dess strävan efter att uppnå en trovärdighet som kulturinstitution (se rubrik Uppdrag). I intervjuerna framkommer att dialogen med besökarna inte uppstår om

kulturhuset bara visar upp ett Sverige som är bäst genom ”glossiga bilder med vacker natur” (informant 3).

Vi inte här för att göra reklam för Sverige, vi är här för att skapa en dialog, ge tillfällen till möten och så vidare. För oss är det väldigt viktigt med den öppenheten och den transparensen, att även kunna visa sånt som inte stryker Sverige medhårs utan skapar debatt.

*Informant 1*

#### *Det praktiska innehållet – möjligheter och begränsningar*

Det finns även vissa rent logistiska aspekter att ta i beaktande när urval till utställningarna görs och innehållet bestäms. Hänsyn måste tas dels till personalen, dels till själva byggnaden men också till de andra aktiviteterna som sker i huset. Utställningsverksamheten är en betydande del av kulturhusets verksamhet: ”för det första så är det en ganska tung del i verksamheten, både budgetmässigt och så att säga platsen den tar” (informant 1). Det innebär att den måste anpassas så att all verksamhet kan samverka och fungera tillsammans.

Sen har vi en annan sak som vi måste ta hänsyn till och det är receptionen. Den är väldigt nära utställningssalen så vi kan inte ha en skrikande primadonna i sex timmar. Det har vi haft och då var vi tvungna att sätta på hörlurar. Sen dess har vi alltid i åtanke att personen som sitter i receptionen, det är hennes arbetsrum.

*Informant 2*

Och likadant så måste vi ta hänsyn till rummet. Det finns fönster, det finns bjälkar, det är parkett på golvet. Det är inte en vit box där vi flyttar väggar och det är klart att det påverkar hur en utställning gestaltas, men kanske inte vilken utställning det blir. Men däremot hur den gestaltas.

*Informant 2*

#### *Samverkan inom kulturhuset*

Kulturhuset har förutom den publika verksamheten ytterligare fyra verksamhetsgrenar: Café Suédois, svenskundervisning, uthyrning av lokaler samt gästbostäder. Utställningsverksamheten är visserligen att betrakta som en basverksamhet på SI Paris, men likväl påverkas den av de andra verksamhetsgrenarnas anspråk på utrymme.

Vi måste ju ta hänsyn till att det är svenskurser i den här lokalen [vars deltagare] ska gå igenom utställningen, att vi har uthyrningar i filmsalen då kanske hundra personer ska komma samtidigt genom den här salen. När vi har konsert fylls salen med mellan åttio och hundra personer och de måste vara i den här salen innan de går in där. Så det är klart man måste ha det i åtanke.

*Informant 2*

Uthyrningen av lokalerna är en viktig inkomstkälla på SI Paris, det gör att vissa utställningar och program kan behövas flyttas på eller planeras till andra tider på året av utrymmesskäl. Bristen på utrymme, delvis orsakad av dessa uthyrningar, innebär att besökare som kanske inte är där för utställningen rör sig i utställningssalarna. Dessutom måste utställningssalen på första våningen användas som passage till vissa av kulturhusets övriga delar även under perioderna mellan utställningarna. Det finns ingen arkitektonisk lösning på detta, inga rum kan stängas av. Utställningssalen på första våning utgör även den naturliga passagen mellan trädgården, innergården och

Café Suédois. Det innebär att kulturhuset under sommarhalvåret inte kan ställa ut allt för utrymmeskrävande verk i den salen. Med SI Paris strävan att sätta helhetsupplevelsen i fokus är detta dessutom en viktig strategisk bedömning (se rubrik Uppfattningar av Sverige-bilden).

Till exempel om det är en utställning som vi känner behöver ta väldigt mycket plats då kanske det är bättre att vi lägger den under vinterhalvåret, för under sommarhalvåret har vi jättemånga människor som vill gå igenom utställningssalen för att vara i skulpturparken i trädgården.

*Informant 2*

Café Suédois ligger i en av lokalerna som vetter mot innegården och Rue Payenne. Kaféet drivs av ett företag som hyr lokalerna av SI Paris, men eftersom många besökare förknippar kaféet med resten av kulturhuset är det viktigt att verksamheten där samspelar med verksamheten i kulturhuset. Bland annat så förlängs många utställningar dit, det kan vara en mindre del av en fotoutställning eller något separat men som ändå korrelerar med den större utställningen i huset. För de utställningarna basar kaféföreståndaren, men urvalet görs tillsammans med de ansvariga i kulturhuset.

Beroende på vilken typ av utställningar vi har så kan vi utvidga utställningen så att det blir en del saker även inne hos henne [kaféföreståndaren] som har med vår utställning att göra [...]. Hon kan inte göra nånting utan att vi godkänner det eftersom [...] man associerar kaféet [till oss] och tror att det är Svenska Institutet. Det är det inte, men utåt sett ser det ut så och därför är det viktigt att vi vet vad vi gör och att vi är överens om vad hon presenterar och att hon har koll på vad vi presenterar.

*Informant 1*

## Uppdrag

SI Paris har ett politiskt formulerat uppdrag vars kärna består av att verka Sverigefrämjande. Detta påverkar såklart utställningarna sett till urval, innehåll och strategiska bedömningar. Uppdraget har en omfattande spännvidd som förgrenar sig i utrikes-, närings- och kulturpolitiken. Hur uppdraget har berörts i intervjuerna delas in i fyra underrubriker. Den första underrubriken, *Främjandearbetet*, rör hur främjandeuppdraget påverkar SI Paris utställningsarbete direkt och indirekt. Den andra underrubriken, *Det tematiska arbetssättet*, handlar om hur det tematiska arbetet relaterar till främjandeuppdraget. Under den tredje underrubriken, *Relationen till Svenska Institutet*, ger informanterna sin syn på hur utställningsarbetet på SI Paris relaterar till moderorganisationen SI:s politiska uppdrag. Den sista underrubriken, *Myndighetsuppdraget och kulturhusets unika ställning*, rör SI Paris dubbla funktion som både Sverigefrämjande myndighet och ett kulturhus i sin egen rätt.

### *Främjandearbetet*

Både informant 1 och informant 2 framhåller att SI Paris har vissa uppgifter som det fått i uppdrag att arbeta med, något som stipulerades i Främjandekalendern, vilket var en sammanställning av prioriterade arbetsområden som förra regeringen instiftade.

Svenska Institutet har vissa områden som de, så att säga, får i uppdrag att jobba med. Under förra regeringen så fanns det också nånting som hette Främjandekalendern. [...] och där det var ett antal områden inom de kreativa näringarna som man ville att Sverige skulle satsa på utomlands.

*Informant 1*

[...]så har vi ju också de här fokusområdena från UD. Tidigare har man kallat det för Främjandekalendern som sen inte längre blev en kalender utan främjande områden. Den har den nya regeringen behållit, men de har lagt på, vad man kan säga, lite grann ett filter som de gärna vill se så mycket som möjligt.

*Informant 2*

Främjandekalendern har varit en del i det som kallas för integrerat främjande vilket innebär att NSU-gruppen tillsammans utformar sitt Sverigefrämjande arbete utifrån vissa givna ramar. Detta har varit ett sätt att arbeta utifrån SI Paris uppdrag och innebär att kulturhuset har arbetat tematiskt ”med vad vi kallar NSU-gruppen, eller Främjandegruppen i Paris, alltså de andra svenska institutionerna” (informant 1). I skrivande stund är Främjandekalenderns status, i och med regeringsskiftet 2014, oklar.

Sen har vi också en annan grej som är det integrerande främjandet, alltså själva arbetet på lokal nivå vad gäller NSU. NSU är nämnden för Sverigefrämjande utomlands som har sin stora grupp i Sverige, men vi har vårt egna lilla kluster här, som det heter, när vi träffas ambassaden, Visit Sweden, Business Sweden och SI och ibland [även] Handelskammaren [...]. Genom att vi alla samtidigt programlägger inom samma tema, istället för att alla kanske gör det men vid olika tillfällen [utan att ha] en gemensam röst, så samlas vi under en viss period och pratar med samma röst. Inte med samma röst, det är fel att säga, men inom samma ramverk.

*Informant 2*

#### *Det tematiska arbetssättet*

Exempel på tematiska satsningar är redan nämnda 66° Nord, l'attitude Suédois (utställning 7 och 8) och den nu kommande satsningen på hållbarhet som SI Paris ska göra under 2015 då Paris är värd för det stora klimatmötet COP15. För att förklara styrkan i det tematiska arbetssättet använder sig informant 3 sig av en metafor från kampsporten jujutsu som beskriver hur man ska använda sig av motståndarens styrka för att själv göra framsteg.

Det är en kampsport där det gäller att läsa av motståndaren. Det kan vara en liten motståndare som lägger ned en stor motståndare, genom att man analyserar och förstår när rörelsen kommer. Så tar man med sig kraften ut i en mindre rörelse och kan få personen till att landa på marken. Och med den metaforen menar jag då att det gäller att hela tiden ha på omvärldsspaningen, omvärldsbevakningen, för att se när kraften kommer. För att se om det här är en kraft som vi kan använda med begränsade insatser från vår sida, för att få ut en större effekt?

*Informant 3*

Detta tematiska arbetssätt beskrivs också genom en term lånad från antropologin, *the grand narrative*, och syftar på hur man genom att teckna en stor berättelse som innehåller flera komponenter kan uppfylla uppdraget att verka Sverigefrämjande.

Grand narrative är också hur vi kan skapa, genom en tematik, en större berättelse om Sverige som innehåller olika komponenter och där varje komponent, varje aktivitet, inte bär värdet av den egna aktiviteten utan också av helheten, av hela berättelsen. På det sättet så får du ju en bredare träffbild och kan få ett större intresse ifrån media och ifrån våra prioriterade målgrupper, än om var och en gör sin grej.

### *Relationen till Svenska Institutet*

Själva relationen till SI i Stockholm, moderorganisationen, är i sig en logisk konstruktion menar informant 2, men hen menar också att kulturhusets unika situation gör att ”vi har vårt sätt att fungera.”

Vi vill ju nå ut till dem [journalister, samarbetspartners inom kultur, konstnärer, musiker, kulturutövare] och visa hur häftiga vi är. Att här har vi ett kulturhus som inte ses som en ambassad utan som tvärtom är dynamisk. Jag menar inte att ambassader inte är dynamiska, men vi ses ju som ett kulturhus som kanske bara råkar vara svenskt.

Informant 2

Det är ju lite annorlunda mot i Sverige där man ska nå ut som en trovärdig myndighet. Alltså man har ett helt annat tänk och det kan ibland bli en förskjutning mellan hur vi vill framstå i grafiskt uttryck, i text och tonalitet. Man måste ha i åtanke att vi har lite olika syfte med det.

Informant 2

Relationen till SI i Stockholm har inte alltid varit densamma utan har förändrats över tid. Informant 1 förklarar detta med nedläggningshotet 2009 som en slags brytpunkt. SI Paris gick då från en mer perifer position till en mer framskjuten galjonsfigurstatus.

Men det var länge så att vi var den här lilla ”vad sysslar ni med där borta liksom?” så vi var lite för långt borta och vi var nedläggningshotade, det känner ni säkert till, 2009. Vi hade varit det flera gånger tidigare faktiskt men kanske inte så allvarligt. Man skulle göra besparingar på Svenska Institutet med 10 % och så tyckte man att: ”Ja men det är precis vad ni kostar liksom. Bra, då lägger vi ner er.”

Informant 1

Från den epoken så har någonting hänt. Då fick vi radikalt ökad press, vi fick radikalt ökade besöksiffror, och plötsligt så blev de ganska stolta över oss i Stockholm. Plötsligt blev det lite, såhär grädden på moset, liksom la cerise sur le gâteau som man säger på franska, körsbäret på tårten, istället för de här lite perifera kollegorna som man inte riktigt visste vad de gjorde.

Informant 1

Den här tvära förändringen kan härledas till en ”väv av olika orsaker, sammanhang och tillfälligheter både utifrån och skapade av oss” (informant 1) och till att ”vi började med större bredd, andra, inte bara det rent finkulturella” (informant 1). Uppvärdning av kulturhusets status har dock inte inneburit ökade anslag i budgeten men väl ett genomslag i bredare publikunderlag och en djupare förankring i franskt kulturliv. Det har i sin tur inneburit att SI Paris har förbättrat möjligheterna att ”dra in pengar” (informant 1).

### *Myndighetsuppdraget och kulturhusets unika ställning*

Informant 2 är noga att påpeka skillnaden mellan SI Paris funktion som kulturhus och andra svenska utlandsmyndigheter. Det är något som blir tydligt bland annat i uttalanden som: ”vi har inte det hela uppdraget. Utan vi fokuserar mer på kulturen



*och kreativitet” och ”vi är ingen ambassad heller som behöver [...] ha det politiska i åtanke.”*

Informant 3 för ett liknande resonemang på en fråga som har att göra med vad SI Paris kan ställa ut och inte i förhållande till uppdraget. Hen påpekar att dessa frågor är bundna till politiska och kulturella kontexter:

Det är väldigt viktigt tror jag att [...] bibehålla en viss frihet runt att vi är ett kulturhus och att vi inte uppfattas som en utlandsmyndighet. En utlandsmyndighet måste kanske göra delvis andra avvägningar än ett kulturhus [...] Jag har aldrig känt här att vi behöver gå under radarn så att säga. Utan vi lever i ett sånt öppet klimat här, så vi kan i stort sett göra vad vi vill, medan på andra platser måste man kanske tänka lite annorlunda.

*Informant 3*

Friheten som kommer med rollen som kulturhus innebär inte bara att SI Paris kan anta ett något flexibelt förhållningssätt till uppdraget. Det innebär också en möjlighet för moderorganisationen SI att pröva nya grepp och strategier för främjandeverksamheten.

Alltså vi är ju ett sorts vitrin, ja skyltfönster heter det på svenska [...] På det sättet kan jag tycka att det är bra för SI i helhet att det finns ett kulturhus [...] vad vi försöker göra mer och mer, är att använda SI lite grann som en, inte så att vi ska testa en massa konstiga saker, men det blir ändå ett sätt att innan man säljer konceptet till alla utlandsmyndigheter så kanske man kan testa det här, som vi har gjort med den här utställningen [Plus que de la pub!] [...] På så sätt kan det ju också vara intressant för SI Stockholm att vi finns.

*Informant 2*

I och med att SI Paris har ett uttalat näringspolitiskt uppdrag har kulturhuset delvis andra förutsättningar än de kulturinstitutioner som befinner sig i mer kulturpolitiskt definierade kontexter. Informant 3 jämför SI Paris utställningsverksamhet med andra uppdrag hen haft inom museisektorn och menar att det i praktiken inte finns någon motsättning mellan att exempelvis arbeta Sverigefrämjande eller med ett mångkulturellt perspektiv i fokus. Chefskapet spelar in och informanten menar att det snarare handlar om individuella tolkningar av vad som kan motiveras vara Sverigefrämjande snarare än direkta motsättningar mellan dessa två perspektiv.

I och med att vi är en del av Svenska Institutet, myndigheten, så naturligtvis har vi våra uppdragsbeskrivningar utifrån ett Sverigefrämjande perspektiv även om jag egentligen inte ser någon motsättning i det. Men det är olika och det gör nog olika chefer olika tolkningar av, vad som kan främja Sverigebilden så att säga.

*Informant 3*

Informant 3 arbetar med att ta fram strategier för att uppfylla SI Paris uppdrag. Det påpekas häri att kulturområdet är prioriterat, men det understryks även att andra områden finns i åtanke i denna process.

Jag har satt upp som långsiktig målsättning att all verksamhet ska vara relationsskapande, oavsett vilken det är. Så vi försöker styra uthyrningarna mot organisationer, företag, grupper som har ett intresse [...] en Sverigekoppling för att allting ska landa i vårt övergripande uppdrag om att bygga

den fransk-svenska axeln [...] Inom kulturområdet naturligtvis, i första hand, men också forskning och utbildning och samhällskontakter

*Informant 3*

Samtidigt är informanten inte främmande för att diskutera det (o-)logiska i att kulturhuset indirekt tilldelas dess uppdrag av näringsdepartementet.

Jag tror att om man hade startat upp ett kulturhus utomlands nu så hade det säkert blivit en diskussion kring var ska det ligga, ska det ligga under kulturdepartementet eller ska det [ligga någon annan stans?]. Svenska Institutet hade säkert varit med i diskussionen om var det skulle ligga men att vi är en del av det [näringsdepartementet] är ju av historiska skäl.

*Informant 3*

Då chefen för SI Paris även tjänstgör som kulturråd i Frankrike tillförs verksamheten en ytterligare dimension. Detta faktum präglar det Sverigefrämjande uppdraget som kulturhuset har vilket således innebär att främjandet implementeras filtrerat genom en kulturpolitisk förståelse. Detta tas upp av informant 3 när hen resonerar kring sina arbetsuppgifter.

Det finns ingen direkt styrning från kulturdepartementet, gör det ju inte, men det finns ju ett lyssnande och jag är ju med i dialogen kring de här frågorna om kulturlivets internationalisering naturligtvis [...] Men det är ju mer genom mig än genom hela institutet då.

*Informant 3*

SI Paris status har som sagt mycket att göra med dess unika position och specifika förutsättningar. Kulturhusets möjligheter för att verka främjande kan sägas stärkas genom att det, i viss mån, kan förhålla sig fritt till uppdraget. Det ger en annan dimension av trovärdighet och bidrar med långsiktighet till främjandearbetet.

Det råd jag ger när jag träffar andra som är ute i främjarbranschen är ”ned med Sverigeflaggan, vifta inte med den, utan tänk idémässigt, tänk vad som angår människor, som engagerar människor.” Det är det som bygger trovärdigheten. Sen kan man väl säga, om man ska vara lite rättvis mot kollegorna, att det egentligen bara är här och kanske i Washington och Berlin som det finns en arena att spela på. I Berlin måste man dessutom dela den med andra, men i Washington finns House of Sweden och här finns SI Paris. Det är dock vi som är det enda kulturhuset utomlands, House of Sweden har ett bredare uppdrag så att säga.

*Informant 3*

## Uppfattningar av Sverige bilden

För att försöka utröna hur Sverige bilden skapas och i viss mån återskapas på SI Paris har inga direkta frågor om hur den ser ut ställts. Istället har fokus förflyttats till hur informanterna resonerar kring uppdraget och innehållet i utställningarna samt sitt arbetssätt. Detta för att bilda oss en uppfattning om vilka processer som omgärdar och villkorar Sverige bildens innehåll och fortlevnad då en tydlig definition av den saknas. Sverige bilden som förmedlas i verksamheten på SI Paris är på många vis en produkt av det flexibla förhållningssättet till uppdraget. Det framstår också som att viljan att bibehålla trovärdigheten som kulturhus framhålls som en prioritering. Det betyder inte att SI Paris inte kan verka Sverigefrämjande, det betyder istället att kulturhuset i främjandet också måste värna om att utställningarna är mer än ”glossiga bilder med

*vacker natur*” (informant 3). I fyra underrubriker förklarar vi författare hur Sverige bilden på SI Paris konstrueras. Under den första underrubriken, *Ett öppet och progressivt Sverige*, talar informanterna om hur den unika ställningen som kulturhus kan bidra till att skapa andra bilder av Sverige än vad som kanske förväntas av en utlandsmyndighet. Under den andra underrubriken, *Idébaserat främjande*, förklaras detta som en konkretiserad strategi för det Sverige främjande uppdraget. Den tredje underrubriken, *En bred Sverige bild*, beskriver det breda tilltalet som dels ett strategiskt verktyg men också som en spegling av svenskt kulturliv. Under den sista underrubriken, *Helhetsupplevelsen som mål och strategi*, talar informanterna om hur samtliga verksamheter i kulturhuset har ansvar för att kommunicera Sverige bilden och verka Sverige främjande och om hur detta kan förstås som en strategi för att vinna konkurrens fördelar i *”kulturens huvudstad”* (Informant 3).

### *Ett öppet och progressivt Sverige*

Informant 2 menar att SI Paris ska förmedla en progressiv och nyskapande bild av Sverige, men det aktuella Sverige kan gärna tillåtas problematisera det gamla. Ett exempel som samtliga informanter nämner är de utställningar som hålls i samband med det redan nämnda projektet 66° Nord l'attitude suédois (utställning 7 och 8), där bland annat samisk samtidskonst med kritisk blick granskar nationalstatens förhållande till samerna. Att inte undvika det problematiska vänds alltså till en styrka i främjandet och Sverige bilden beskrivs därigenom bli progressiv.

Det var konstverk som visade upp ett Sverige som vi inte är stolta över, och det valde vi att visa upp. Och det nämner vi i verksamhetsplaneringen i årsrapporten som SI gör [...] allting vi visar upp ska inte visa att Sverige är bäst. För det är inte ödmjukt, öppet, äkta. Utan i och med att de termerna finns så kan vi visa saker som också ifrågasätter hur Sverige har betett sig [...] Det är klart att SI inte har något att vinna på att bara visa utställningar om hur hemska vi var under andra världskriget, det är inte det. Men att det finns en öppenhet för att kunna diskutera. Det visar ju också på ett Sverige som har lust att gå vidare, som inte vill gömma vem vi är eller vad vi varit. Utan tvärtom hur vi kan bli bättre.

*Informant 2*

[...]så vi har en annan frihet som kulturhus att ta ut svängarna lite grann och då gjorde vi en utställning om samisk samtidskonst. Någon skulle kanske säga, ”men det här är ju kritiskt mot hur Sverige har agerat som stat”, medan vi menar att genom att vi tar i frågeställningar som också tar upp problematiska sidor i relationen mellan ursprungsfolk och svenska nationalstaten, [t.ex. genom utställningen] som både tog upp historiska mörka stråk som rasbiologin och aktuella konflikter mellan ren- och gruvnäring, så menar jag att vi också visar att vi står för öppenhet och transparens. På det viset skapar vi en större trovärdighet än om vi hade gjort en utställning om sameslöjd, som jag tror många utlandsmyndigheter skulle välja hellre, att ta det spåret, än att göra samisk samtidskonst som också har en kritik

*Informant 3*

### *Idébaserat främjande*

Enligt informant 3 kan vi förstå ovanstående som en sorts idébaserat främjande, vari det ges utrymme för diskussion och mänskligt engagemang. Sverige blir därmed en fond utifrån vilken man diskuterar allmänmänskliga frågor. Att våga ta i, potentiellt sett, känsliga ämnen anses således stärka Sveriges position i världen snarare än att kompromissa den.

[...] synen på Sverigefrämjande blir väldigt platt och ytlig om man tror att det är någon slags roll-ups med vackra bilder från Sverige och så med lite god statistik, att det är det som så att säga ger effekt [...]. Jag använder hellre ordet idébaserat främjande för att det är idéer som berör och som är viktiga för människor som också ökar både vår attraktivitet och trovärdighet.

*Informant 3*

[...] om vi gör det på ett intelligent och upplevelserikt sätt så för vi fram den svenska positionen och bygger alltså intresset för Sverige som global aktör. Så därmed fullföljer vi vårt uppdrag att vara Sverigefrämjare också, men vi gör det med en annan strategi än att vifta med flaggan.

*Informant 3*

### *En bred Sverigebild*

En annan styrka i den Sverigefrämjande verksamheten är enligt informant 2 den bredd som kulturhuset visar. Bredden på utbudet kan ses som en styrka delvis genom hur informant 1 talar om det som en anledning till ett ökat publikunderlag och kan då räknas som en strategisk slutledning när det handlar om urval och innehåll i utställningarna (se rubrik Uppdrag). Men det kan också ses som en styrka för främjandet genom att det beskrivs som något typiskt för Sverige. På det viset kan bredden bidra till skapandet av Sverigebilden, så som Informant 2 visar.

Det gäller att visa det rika utbud som Sverige har. Vad har vi som vi kan visa utanför Sverige? Vilka är våra starka sidor? [...] Det gäller att satsa både högt och lågt, smalt och brett. För det är också så som vi ser på kultur i Sverige. Vi är ingen elitistisk kulturnation, utan tvärtom så ser vi kultur som ett väldigt brett begrepp skulle jag säga. Det inkluderar design, det inkluderar mode. Det som vi ofta kallar för kreativa näringar.

*Informant 2*

### *Helhetsupplevelsen som mål och strategi*

Informant 2 menar också att det är viktigt att föra fram det typiskt svenska i kulturhusets olika verksamheter: "[v]i ska ju inte bli för franska utan försöka behålla det som är unikt för Sverige." Vidare menar hen att substansen i utställningarna, eller de andra aktiviteterna, utgör en viktig del av ett besök på SI Paris, samtidigt som helhetsupplevelsen framhålls som väsentlig i samtliga intervjuer. Det är också helhetsupplevelsen som ger en mer samlad bild av Sverige.

[...] oavsett vad de besöker, det kanske är så att de besöker kaféet eller trädgården, så ska man ha fått en känsla av svensk stämning skulle jag vilja säga. Det är väldigt glädjande när man läser enkätresultaten vad folk tar med sig, det är att det är välkomnande, att det är öppet, att det är naturelle, alltså att det är en väldigt avslappnad stämning här. Det är något i den svenska livsstilen som vi vill föra med oss ned [till Frankrike]. Så att det är både substansen som vi vill att de tar med sig och samtidigt att allting hör ihop.

*Informant 2*

Vi pratar mycket om helhetsupplevelsen. Att komma till en plats, att det finns en atmosfär här, att den är lite annorlunda. Vi tror till exempel att kaféet här är ett annorlunda kafé än ett franskt kafé. Man står i kö och tar sin bricka och samtidigt är det inte något på löpande band-principen utan det finns en liten känsla där.

*Informant 1*

Informant 3 talar inte om strategin att skapa helhetsupplevelser i termer om någon specifikt svensk helhets känsla. Istället påpekas möjligheten att arbeta med helhetsupplevelser genom användandet av olika rum, inne och ute, och det geografiska läget i Maraiskvarteren vilket ger SI Paris en konkurrens fördel mot andra aktörer i Paris.

Om strategi ett är att all verksamhet ska vara relationsskapande så är strategi två att jobba med helhetsupplevelsen i fokus. För där har vi ju en väldigt tydlig konkurrens fördel jämfört med många av våra konkurrenter [...] konkurrensen är ju otroligt stor här som ni förstår i Paris, kulturens huvudstad. Varje dag finns det ju hundra scenkonstevenemang och du har ett sånt enormt utbud av utställningar och olika kulturarenor. För att vässa våra konkurrens fördelar så är det väldigt mycket läget och platsen och hur vi fyller det med innehåll på ett intressant sätt självklart. Men det är många andra som fyller saker med ett spännande innehåll, men just när vi kombinerar det till helhetsupplevelsen då kommer vi upp ett snäpp till [...] så därför är det oerhört viktigt att tolka och förstå den här platsen och dess arkitekturs kvalitet.

*Informant 3*

### Sammanfattning av intervjuer

Vad som tydligt framkommer i intervjuerna är att det som styr utställningsverksamheten på SI Paris kan sammanställas som en mängd olika faktorer. Informanterna framhåller viljan att SI Paris ska visa ett brett urval av högkvalitativ och samtida svensk kultur, att kulturhuset ska vara synligt i franska sammanhang och att Sverige ska ses som en progressiv nation utan att ta till glossiga bilder och reklamässiga tilltal. Urval, innehåll, uppdrag och den Sverige bild som förmedlas på kulturhuset ingår i ett dialektiskt förhållande där det ena påverkas av det andra, det tredje och/eller det fjärde i olika mån från utställningsprojekt till utställningsprojekt. Inom kulturhuset samverkar de olika verksamhetsgrenarna aktivt för att bidra till en Sverige främjande helhetsupplevelse. För utställningsverksamhetens del syns detta bland annat i att både trädgården och kaféet kan användas som kompletterande utställningssalar.

Vad som också är tydligt är att det framstår väsentligt att SI Paris uppfattas som ett kulturhus i egen rätt, vilket förankras i det relationsskapande uppdraget. För detta organiseras arbetet på SI Paris bland annat tematiskt och med så kallat integrerat främjande och kulturhuset uppfyller på så vis också en roll som ett politiskt instrument. Att verka Sverige främjande inom kultursektorn kräver dock ett öppet och flexibelt förhållningssätt till uppdraget. Inom SI Paris ses detta också som en möjlighet att fördjupa främjandearbetet och göra det mer långsiktigt. Detta är också något som påverkar relationen till moderorganisationen SI. Genom att i princip hävda självständighet kan SI Paris utvecklas till ett mer effektivt instrument för moderorganisationen SI:s främjandeuppdrag. Informanterna lyfter fram främst praktiska fördelar med att ingå i SI:s större organisation och anser att kulturhuset kan agera fritt inom den konstruktionen.

# Analys

Analysen av studiens resultat kommer att ske i tre steg, där varje steg motsvarar en forskningsfråga. I ett första steg av analysen har olika framstående och analyserbara beståndsdelar i Sverige-bilden brutits ut för att förklaras. Dessa utgör en förlängning av det vi, enligt Faircloughs modell för CDA-metodologin, kallar text. I ett andra steg av analysen ska detta sättas i relation till diskursivt meningsskapande vilket motsvarar CDA-modellens mellersta nivå. Slutligen, i analysens tredje steg, kommer sociala praktiker vävas in i resonemanget vilket motsvarar CDA-modellens yttersta nivå. Samtliga översättningar av utställningstitlar och citat ur pressmeddelanden är författarnas egna.

## Analys, steg 1

Första steget av analysen syftar till att belysa hur Sverige-bilden på SI Paris ser ut och motsvarar därigenom uppsatsens första forskningsfråga: *Hur ser Sverige-bilden, som ställs ut på SI Paris, ut?* I praktiken rör denna del av analysen såväl skriven text och bilder som utställningars övergripande teman.

Sverige-bilden som kommuniceras via utställningsverksamhet på SI Paris konstrueras till stora delar kring idén om Sverige som ett progressivt land och en progressiv kraft i världen. Detta är något som korrelerar med det övergripande målet om att Sverige ska kommuniceras som ett progressivt land, vilket formuleras i NSU:s kommunikationsplattform. Sverige-bilden avtecknar en nation som är ett lyhört föredöme för omvärlden, en nation som både tar intryck och inspirerar andra; en slags humanistisk stormakt med människans väl i fokus oavsett om utställningen handlar om möbeldesign eller barns rätt till en trygg uppväxtmiljö. Det progressiva Sverige tar sig alltså uttryck på olika sätt i materialet, därför har vi författare valt att upprätta underkategorier i analysen som på olika vis relaterar till idén om det progressiva Sverige. Dessa kategorier utgörs av *det innovativa Sverige*, *det icke-elitistiska Sverige* samt *det ansvarstagande Sverige*. Något som märks i samtliga underkategorier är en tanke om ett historiskt sammanhållet land, vilket stärker konstruktionen av det progressiva Sverige med hjälp av historiska belägg. Därför har vi författare även valt att beskriva *det historiskt och karaktärsmissigt sammanhållna Sverige* som en del av idén om Sverige som ett progressivt land och en progressiv kraft i världen. Dessa kategoriseringar ska förstås som en del av analysen då de upprättats efter vad vi författare har kunnat utläsa ur materialet. Nedan följer en djupgående redogörelse av dem var för sig.

### Det innovativa Sverige

En tydlig bild som framträder vid genomgång av de utställningar som hållits mellan 2008 och 2015 är den av ett innovativt Sverige. Innovation förstås och exemplifieras

här på flera olika sätt, men gemensamt för samtliga är att Sverige framstår som ett nyskapande land. För att få en bättre överblick för hur Sverige framträder som ett innovativt land har en grov indelning gjorts, där tre huvudstråk i det innovativa Sverige utkristalliseras. Det handlar om dels innovation genom olika designlösningar för den ”vanliga” människan och hennes hem, dels innovation i termer av konstnärligt nyskapande där svenska konstnärer använder sig av tekniker, infallsvinklar samt teman som upplevs som innovativa. Slutligen visas det innovativa Sverige också upp genom en personifiering där framstående svenskar som genom sitt skapande förkroppsligar innovation som en svensk egenskap. Denna personifiering är genreöverskridande och syns i såväl konst- som designutställningar.

Det innovativa Sverige där design för att förenkla människors vardag utvecklas manifesteras genom flertalet utställningar med design i fokus. I utställning 18, *Les enfants d'abord* (Barnen först), ställs barnen i centrum och designlösningar som ska skapa såväl trygghet som kreativitet i barnens närmiljö presenteras. Designen som visas i denna utställning har utvecklats för barn, av barn, med barn; de har varit närvarande i skapandeprocessen och beskrivs i pressmeddelandet som de verkliga experterna: ”Produkter för barn måste idag motsvara många krav. [...] För att ta alla dessa aspekter i beaktande rådgör svenska designers oftast med de riktiga experterna, det vill säga barnen själva.”

Med fokus på att barnens närmiljö ska vara både trygg och kreativ framträder här en bild av Sverige som agerar utifrån ett barnperspektiv, det vill säga agerar med barnets bästa i åtanke. Att SI Paris gör utställningar riktade till barn och genom att visa design som är utvecklad för barn och barns bästa kan förstås som ett sätt för Sverige att stärka sin profilering som barnnation i världen. I pressmeddelandet för *Les enfants d'abord* anläggs även ett historiskt perspektiv där Ellen Key med sin bok *Barnets århundrade* beskrivs som startskottet för hur barns rättighet till en säker uppväxt och miljö sedan hundra år tillbaka är implementerat i det svenska medvetandet:

Efter denna publikation [Barnets århundrade] togs flera viktiga beslut inom områden som pedagogik, kultur, samhälle, och lagstiftning för att garantera barn de bästa levnadsvillkoren, något som har lämnat djupa spår i den svenska mentaliteten.

I utställning 23 om Sigvard Bernadotte är industridesignen i fokus. Svensk design framställs som en viktig aktör för att förenkla människors vardagsliv och göra den vackrare och trevligare. En liknande bild framträder i utställning 17, *Svenskt Tenn: Un classique du design* (Svenskt Tenn: En designklassiker) där historien om Svenskt Tenn får en sagoliknande karaktär. Utställning 31, *Mais où va le design suédois? de Karin et Carl Larsson à Front* (Men vart är den svenska designen på väg? Från Karin och Carl Larsson till Front) är ett ytterligare exempel på hur bilden av Sverige som designnation förstärks. Här ställs en öppen fråga om vilka som ska bli svenska designklassiker i framtiden med Karin och Carl Larsson som representanter för svenska designklassiker från förr, och designbyrån Front som representanter från samtiden. Med deras skapande som fond får nutida svenska designers ställa ut design som anses kunna uppnå samma ikoniska status som makarna Larssons.

Utgångspunkten för denna utställning är Karin och Carl Larssons stilistiska universum, vars hem under den tiden blev en riktig brytpunkt för inredning. [...] Utställningen vill ta reda på vem som kommer att spela denna roll [likt Karin och Carl Larsson] som dagens föregångare i Sverige.

Det är knappast någon slump att det är makarna Larsson som får representera den svenska designen då deras bilder av ett svenskt hem och en stilbildande version av svenskhet uppnått en omfattande spridning och status där deras gärningar närmast likställs med det svenska. Denna stilbildande status beskrivs av Werner som ett paradigmskifte för synen på hur svenskar skulle "*inreda sina hem, klä sig, umgås, ja, kort sagt leva sina liv*" (Werner 2014, s. 142).

Alla dessa utställningar är exempel på den svenska designen som förenklar och förgyller människors vardag, från Ellen Key via makarna Larsson till Svenskt Tenn. Som vi visar ovan görs ständigt kopplingar till historien, den nya designen påtalas allt som oftast ha en historisk förankring i allt från form till tema vilket gör att designen som förgyller och förenklar framträder som vore den typiskt svenskt. SI Paris skapar således ett narrativ kring den svenska designen som på samma gång blickar både bakåt och framåt i historien och tillsammans utgör det en sammantagen bild av Sverige som en stark designaktör.

Sverige framställs som ett innovativt designland, men denna innovativa ådra går även att läsa ut ur andra synvinklar. Förutom att det innovativa Sverige manifesteras genom olika designlösningar framträder också ett Sverige fullt av konstnärligt nyskapande. I den samtidskonst som visas finns det ett tydligt fokus på en nyskapande eller avantgardistisk profil. Utställningarna 25, *Le temps du corps...* (Kroppens tid); 44, *Balancing Acts*; 22, *Nordic delight*, samt 39, *Malmö > Marais*, är alla utställningar som syftar till att visa upp en representativ översikt av svensk samtidskonst. Ingen av dem är separatutställningar utan de framhålls som samlingsutställningar med ett syfte att visa var svensk samtidskonst står i tiden. Exempelvis presenteras *Nordic Delight* som en utställning som "*samlar 17 samtida konstnärer vilka leker med kulturella representationer, myter och paradoxer*" och *Balancing Acts* som "*En överblick av den svenska samtidskonsten genom verk från några av de mest representativa konstnärerna från sin konstnärsgeneration.*" Gemensamt förstås de här som en utsaga och samlingsutställningar med ett sådant syfte ger en bild av Sverige som ett land där samtidskonsten frodas och utvecklas. Det är i sig självt en bekräftelse av Sverige som ett nyskapande land då samtidskonsten per definition kan sägas vara nyskapande.

Att visa upp ett brett utbud av samtidskonst tolkar vi författare som ett sätt befästa en idé om Sverige som ett land där konsten ständigt utvecklas, där nya konstnärer utbildas och där ny konst skapas. Detta förstärks ytterligare genom att SI Paris medvetet inte visar några historiska konstutställningar. Det enda konsthistoriska inslaget är Tessininstitutets samling som huserar på andra våningen. Den förvaltas av Nationalmuseum och kan sägas stå utanför programverksamheten, då den sällan varken ändras eller marknadsförs i de pressmeddelanden som utgör materialet för studien. Själva menar personalen att SI Paris inte i först hand ska fokusera på svensk historia, vilket informant 2 påpekar: "*[...]vi kan visa historia, men då ska man visa det på ett nytänkande [sätt].*" Detta kan förstås som ännu ett sätt att arbeta för att visa Sverige som ett innovativt och framåtblickande land då historien i utställningsverksamheten ofta används för att visa på en progression.

Detta konstnärliga nyskapande visas inte enbart i samlingsutställningar som syftar till att visa upp det breda utbudet av samtidskonst som finns i Sverige. Även enskilda konstnärer ställs ut på så sätt att deras konstnärskap framhålls som nyskapande. I utställning 12, *Une artiste, deux lieux: Homo Capax* (En konstnär, två platser: Homo Capax), visas Mårten Medbos keramiska konst upp där han använder ett klassiskt hantverk i ny tappning. Utställning 20, *Les étoiles s'en balancent*



(Stjärnorna struntar i det), är en separatutställning med Jockum Nordström och även den framhåller ett nyskapande konstnärskap där han ”genom att experimentera med teckning, kollageteknik och skulpturer i traditionellt sett ’svaga’ material som kartong och papper” som inte var ”efterfrågat av konstnärer i hans generation” gör konst av högt anseende. Även i flera av de fotografiska utställningarna som nummer 16, Natalia Edenmonts *Existence* (Existens) och nummer 13 *Distances differentes* (Olika distanser) presenteras exempel på svenska konstnärer som kan sägas vara nyskapande i sitt sätt att ta sig an teman, perspektiv och motiv. Edenmont använder sig bland annat av döda djur som i hennes fotografier framställs som sköna objekt och smycken, ett tillvägagångssätt som både hyllats och ifrågasatts.<sup>23</sup> Detta menar vi författare kan tolkas som en nyskapande konstnärspraktik.

Konstverken i utställningen *Distances differentes* beskrivs i pressmeddelandet som ”[...] en balansakt mellan modefotografi och konstfotografi som hämtar inspiration ur såväl konsthistorien som personliga erfarenheter.” Både Edenmont och konstnärerna i utställningen *Distances differentes* omtolkar redan etablerade teman inom konsthistorien och i det här sammanhanget ses innovation i relation till det. Att återanvända och omtolka förstås som en progression och en utveckling vilket SI Paris direkt förknippar med den svenska konstscenen, genom att ställa ut svenska konstnärer som arbetar på detta sätt. Att SI Paris ställer ut nyskapande samtidskonst är i sig inget märkligt, det ligger inom ramen för att vara en aktuell kulturinstitution, men det bekräftar ändå SI Paris institutionella hemvist som ett slags skyltfönster för det innovativa och kreativa Sverige. Sverige bilden har därigenom en tydlig, om än indirekt, koppling till konstruktionen av det säljbara Sverige.

Denna bild förstärks ytterligare i utställning 5, *Swedish fashion goes Paris*, där svenskt avantgardistiskt mode visas upp samtidigt som frågan om det går att tala om ett svenskt ”modeunder” ställs. Enligt oss författare är denna utställning ett karaktäristiskt exempel på SI Paris utställningsverksamhet. Detta för att svenskt mode kan ses som ett kulturellt uttryck som också är av vikt för den svenska exporten som inte sällan tas upp i diskussioner om svenska kreativa näringar. Informant 1 framhåller just de kreativa näringarna som ett prioriterat område i arbetet med den så kallade Främjandekalendern: ”[...] och där det var ett antal områden inom de kreativa näringarna som man ville att Sverige skulle satsa på utomlands.” När modet så ställs ut är det med ett avantgardistiskt fokus. Utställningen beskrivs i pressmeddelandet som kreationer som ”...undersöker den snabba utveckling som skett inom svenskt mode, såväl estetiskt som konceptuellt. Med avantgardistiska kreatörer, som Bea Szenfeld, uppdragas ett nytt formspråk både vad gäller volym och material.” Sverige och svenskt mode positionerar sig härmed i en av världens modehuvudstäder genom att kommunicera en bild om ett land där modet utvecklas, förnyas och ägnas stor uppmärksamhet. Modet blir en länk mellan Sverige och Frankrike och en plattform för potentiell samverkan.<sup>24</sup> Härmed utmejslas en bild av Sverige som kan utgöra ett innovativt komplement till den franska traditionen där modeskapandet länge varit en hantverksmässig tradition. Det innovativa Sverige görs

---

<sup>23</sup> För att få en överblick över det kontroversiella i Edenmonts konstnärskap, se exempelvis: af Kleen, B. (2005); Persson, H. (2015); Johansson, M. (2014).

<sup>24</sup> Vill man vara något krass kan man likväl se denna länk mellan Sverige och Frankrike som en länk mellan producent och marknad. Det svenska modet ställs ut i modebranschens kanske främsta högborg och steget mellan vara och konsument känns inte särskilt långt. Denna utställning är således också ett bra exempel på SI Paris funktion som skyltfönster i bokstavlig bemärkelse.

således till en fransk angelägenhet, vilket är ett bra exempel på hur SI Paris, som informant 2 talar om, skapar utställning som syftar till *"att det kan bli ett intresse från Frankrike."*

Det finns ytterligare en aspekt av det innovativa Sverige som framkommer i materialet, där innovationen personifieras i och med framlyftandet av enskilda svenskars gärningar. Att vara innovativ och nytänkande kopplas starkt till vissa personer, den innovativa svensken blir ett igenkännbart ansikte som får stå modell för dessa egenskaper. August Strindberg presenteras som en man som redan på sin tid visste vikten av att odla sitt eget varumärke då SI, i och med Strindbergsåret 2012, valde att ställa ut hans självporträtt, utställning 14, *L'image d'August Strindberg* (Bilderna av August Strindberg). Det blir en spegling mot det som vi i dag kallar att ta en selfie, ett nutidsfenomen som i den här utställningen kopplas ihop med en framstående svensk kulturpersonlighet som levde för över 100 år sedan. Hilma af Klint (utställning 36) presenteras som en konstnär så avantgarde att hon inte kunde ställas ut under sin levnadstid. I pressmeddelandet för utställningen skriver SI Paris att *"Hilma af Klint hade alltid tänkt att världen inte var redo att välkomna och förstå hennes konst, hon krävde därför av sin arvtagare att han skulle vänta 20 år efter hennes död innan de [konstverken] kunde visas."* Informant 2 talar under intervjun om att utställningen är ett sätt att visa Sverige som ett *"extremt avantgardistiskt [och] kreativt land."* Även Sigvard Bernadotte (utställning 23) beskrivs i pressmeddelandet för utställningen som en person med idéer för en ny tid, hans design beskrivs som "humanistiskt" och hans företag Bernadotte & Bjørn Industridesign A/S, grundat tillsammans med Acton Bjørn, blev *"en platskola för en ny generation [industri]designers i Sverige och Danmark."* Att som SI Paris presentera Sverige på dessa sätt ger en sammantagen bild av ett land i framkant med spetskompetenser inom konst, kultur och design.

Genom att förmedla en Sverigebild som på många sätt är innovativ framstår Sverige även som ett aktuellt land. Modet är avantgardistiskt och inte fokuserat på en hantverksmässig tradition; konsten belyser nya perspektiv och tekniker; arkitekturen har ett fokus på nya byggnadstekniker och utveckling; designen framställs som lösningar för att förbättra för människor i deras vardag. Dessutom presenteras flera konstnärer som beresta vilket adderar ett kosmopolitiskt drag till svenskheten; svenskarna har sett världen, tagit in nya uttryck och sedan avbildat världen på ett nyskapande sätt. Detta aktualitetsperspektiv går att finna i de av NSU formulerade kärnvärden för kommunikationen av Sverige bilden som finns formulerade i den gemensamma kommunikationsplattformen. I den rekommenderas bland annat att Sverige ska kommuniceras som ett land som är just nytänkande och att svenskar är *"ett resande folk med intresse för sin omvärld"* (NSU 2009, s. 6). Återigen bekräftar SI Paris sin institutionella identitet utifrån omvärldens förväntningar om hur de ska agera i förmedlandet av Sverige.

### Det icke-elitistiska Sverige

Vid genomgången av materialet syns en bredd i de uttryck som finns representerade. Detta menar vi författare kan härledas till själva kulturhusets identitet. Ett kulturhus förväntas av sina besökare och närvärlden i allmänhet vara en institution med brett tilltal och en bred målgrupp. Vi författare vill alltså argumentera för att ett kulturhus övergripande uppdrag, åtminstone på ett teoretiskt plan, skiljer sig från ett museum eller en konsthall vilket delvis förklarar varför urvalet på SI Paris ser ut som det gör. Fotografier, samtidskonst i olika former och material, barnkultur, design, hantverk

och (till och med) reklam ställs ut i SI Paris lokaler. Dessa utställningar kompletteras sedan med olika kringaktiviteter som konserter, scenkonstframträdanden, runda bordssamtal och olika slags performanceakter. Under den här rubriken tar vi författare ett mer samlat grepp kring de olika genrer av konst och typer av utställningar som syns i studien och menar att dessa kan skapa mening i förhållande till varandra så väl som var och en för sig. Det breda tilltalet framstår som ett sätt att framställa Sverige som en icke-elitistisk kulturnation, för att återanvända ett ordval som förekommer i intervjun med Informant 2: "[...] är vi för elitistiska, är vi för smala, så når vi inte ut brett och kan också ses som en elitistisk nation vilket vi inte är." På SI Paris samsas alltså många olika uttryck under samma tak vilket också verkar korrelera med en medvetenhet avseende urvalet och hur man vill framställa Sverige.

Flertalet utställningar med fotografi, exempelvis 3, 4, 9 och 10, utforskar teman om identitet. I utställningarna 11 och 18 är det istället barnkultur som sätts i fokus genom barnboksillustrationer, design och installationer. I urvalet förekommer även utställningar där serietecknare har bjudits in att tolka olika teman, till exempel utställning 15, *La vie n'est pas pour les amateurs* (Livet är inget för amatörer) där nio svenska serietecknare tolkar August Strindberg. Även arkitektur får utrymme i SI Paris utställningar vilket utställning 32, *Archi DURABLE, d'un modèle à une vision* (Hållbar arkitektur, från modell till vision) och utställning 37, *Les Maisons rouges, histoire d'un couleur* (De röda husen, historien om en färg) är två exempel på. Förutom detta finns, som tidigare nämnts, ett flertal utställningar där samtidskonsten ges utrymme, samma gäller för de olika designutställningarna. Sammantaget märks här att SI Paris väljer att arbeta med bilden av Sverige som ett land med en tillåtande och pluralistisk syn på kultur. Därmed inte sagt att det inte ingår exkluderande element i detta breda tilltal. Mycket av den smala samtidskonst som visas kan fortfarande vara svår att ta till sig, för att inte säga omöjlig, för den som saknar det kulturella kapital som välutbildade och konstnärligt medvetna besitter (jfr. Bourdieu & Darbel 1970). Att samtidskonsten ställs ut som exempel på god svensk kultur skänker den en nationell kontext, vilket potentiellt sett kan underlätta publikens meningsskapande. Man kan dock fråga sig hur det korrelerar med konstnärens visioner och vad en påklistrad svenskhet i sådana fall gör med konsten.

Sverige bilden hjälper till att bekräfta Sverige som en icke-elitistisk nation, såsom vi författare uppfattar att SI Paris vill förmedla den. Med hjälp av den växelverkan som är en princip för den nyinstitutionella teorin kan SI Paris förstås som en del i reproduktionen av bilden av Sverige som en demokratisk nation med medborgarnas rätt till kultur i fokus. Genom att leva upp till omvärldens förväntningar på vad ett kulturhus bör och kan vara reproducerar SI Paris bilden av Sverige som en kulturnation med en förmåga att nå ut till de breda samhällsskikten. SI Paris kan således sägas bekräfta att svensk kultur både är lättillgänglig och konstnärligt välutvecklad genom att visa allt ifrån barnkultur till konceptuellt snåriga samtidskonstnärer i samma lokaler. På så vis framstår svensk kultur som något som angår en bred målgrupp då den har en spännvidd både vad gäller tilltal och samhällsrelevans. Idén om det icke-elitistiska Sverige samspekar i sin tur med idén om Sverige som ett socialt ansvarstagande land. Att den svenska kulturen angår och innefattar de breda samhällslagren kan rent av fungera som ett belägg för konstruktionen av ett generellt ansvarstagande karaktärsdrag. Det är en väsentlig del av Sverige bilden som i detalj behandlas under nästföljande rubrik.

## Det ansvarstagande Sverige

Ett återkommande tema i Sverige-bilden på SI Paris är det ansvarstagande Sverige. Främst handlar det då om svenska visioner om, och den svenska historien av, att forma det socialt och miljömässigt hållbara samhället. Ofta går dessa olika aspekter av hållbarhet in i varandra och visar då Sverige som ett lösningsorienterat land såväl av historisk hävd som inför världens framtida utmaningar.

Sverige som ansvarstagande avseende social hållbarhet representeras i olika teman. I utställningarna 2, 3 och 50 handlar det bland annat om att anta ett normkritiskt förhållningssätt till reklamen, konstvärldens klassiska teman samt stereotypa könsroller. I utställning 2, *Plus que de la pub!* (Mer än reklam!), skapas bilden av den svenska reklambranschen som ett forum för ifrågasättande och ställningstagande. Här lyfts en rad såväl samtida som äldre kampanjer ut vilket kan förstås som ett sätt att underbygga ett resonemang om ifrågasättandet som en svensk reklamtradition. Amnesty och Amnesty internationals reklamkampanjer mot kvinnlig könsstympning respektive Guantánamofängelset, Systembolagets kampanj Dear Mr. Barroso, inför dess 50 årsjubileum och Försäkringskassans klassiska reklam för pappaledighet är några av de kampanjer som finns representerade för att visa på denna progressiva traditions livskraftighet.

Utställning 3, *Un rêve s'il en fut jamais* (En dröm om det någonsin fanns en), är en utställning med Tuija Lindströms fotografier, vilka beskrivs som omtolkningar av konstens klassiska teman och kan förstås som en sorts uppgörelse med den manliga blickens företrädare då det gäller att uttolka den kvinnliga kroppen. Utställning 50, *Chères enfants – des hommes, des enfants et de l'égalité des chances en Suède* (Kära barn – män, barn och jämställdheten i Sverige), är också en fotoutställning där klassiska normförhållanden ställs på ända, om än mindre subtilt än i Tuija Lindströms konstnärskap. I *Chères enfants* ger Ulla Lemberg sin bild av den svenske mannens förhållande till barnen. Vad som ställs ut kan betraktas som en bild av det jämställda Sverige, eller möjligen en strävan efter det. Därtill är det också en bild av ett Sverige som sätter barnet i främsta rummet, i likhet med utställning 11 och 18. På så vis porträtteras Sverige som ett flerdimensionellt ansvarstagande land, en förebild för världen. Om vi tillåter oss en något hårdragen tolkning kan Lindströms och Lembergs utställningar sägas ge en bild av Sverige både som en nation och en kulturell sfär där förgivettagna normer kan sättas ur spel och där ifrågasättande av dessa normer för både samhället och kulturen framåt. Det jämställda Sverige var också fokus för Sveriges ordförandeskap i EU 2001, vilket Lembergs utställning kopplades till. Lindströms utställning, dryga 14 år senare, kan i sammanhanget förstås som en del av, vad vi författare upplever som, en påtaglig samtida strävan att i svensk kultur upphöja jämställdhet och utgå ifrån genusanalyser i det konstnärliga skapandet. Lindström beskrivs i pressmeddelandet som fascinerad av fotografiets inneboende egenskaper att ifrågasätta fotografiets normer: *"Hennes fascination för fotografiets inneboende egenskaper och hennes behov av att ifrågasätta denna konsts normer har sedan länge varit motorn för hennes skapande."* Båda konstnärskapen kan därigenom ses som en del i konstruktionen av det socialt ansvarstagande Sverige.

I likhet med Lembergs utställning hamnar barnen också i fokus i utställningarna 11 och 18. Utställning 11, *Sens dessus dessous* (Upp och nedvänt), ställer ut illustrationer och filmanimer ur den svenska barnkulturen. Att utställningen placeras under Paris turistsäsong kan ses som en indikation på att utställningen prioriterats högt, vilket i sin tur förmedlar barnkulturens relativt höga ställning inom svenskt kulturliv. Utställning 18, *Les enfants d'abord* (Barnen först),

utgörs av en utställning och en installation och är ett av de tydligare exemplen ur materialet på barnets framskjutna ställning i svenskt samhällsliv. I utställningen presenteras olika typer av smarta lösningar för att garantera en säker och kreativ barndom. Produkter från ett trettiotal svenska företag finns representerade och den svenska designindustrin med barnfokus framhålls som en naturlig förlängning av ett förhållningssätt att sätta barnets väl i första rummet. Barnets ställning i Sverige och filosofin bakom viljan att garantera barnets kreativitet och säkerhet förklaras som en del av en svensk mentalitet, som i sin tur beskrivs vara ett livskraftigt arv från Ellen Keys dagar. Installationen som också är en del av *Les enfants d'abord*, utgörs av ett mjukt vitt rum där de allra yngsta barnen tillsammans med sina föräldrar kan få en frizon från omvärldens många störande intryck. Installationen är enligt pressmeddelandet skapad som ett sätt att tackla ett problem som Barnombudsmannen uppmärksammat; att barn störs i sin anknytningsfas. Sverigebilden präglas här av en ansvarstagande designindustri med en tydlig lösningsorientering inför sociala frågor. Återigen produceras bilder av Sverige med fokus på en tradition av att verka och tänka som ett framtidsland. Mer specifikt; ett land med fokus mot samtida utmaningar och kommande generationer.

Sverige porträtteras, som tidigare sagts, som socialt ansvarstagande. Det sociala ansvarstagandet har också en miljömässig dimension som tillåts relativt stort utrymme i utställningsverksamheten. Dessa aspekter genomsyrar särskilt utställningarna 6, 27, 28, 32, 37, 38 och 40. Utställning 6, *Slow Art*, visar den konstnärliga dimensionen av den hållbara livsstilen som på senare år utvecklats och vuxit sig stark med andra slow-koncept, exempelvis Slow Food. SI Paris visar här svensk konst som utgör en motrörelse till slit- och slängsamhällets stress och åverkan på jordens resurser. Häri går att spåra uppvärderandet av såväl miljömässiga som sociala dimensioner av hållbarhet.

I samband med Naturåret 2009 och Sveriges ordförandeskap i EU samma år, med fokus på miljö och hållbarhet, arrangerar SI Paris utställning 27, *Skog/Forêt*. I pressmeddelandet till denna utställning framhålls Sveriges starka band till skogen, både som skådeplats för mytbildning och som källa till ekonomisk välgång. Skogens samtida funktion som den urbaniserade världens lungor lyfter här svensk skogsnäring till en global angelägenhet. Det hållbara förhållandet till skogen, med sina ekologiska och sociala dimensioner, sätts således i fokus. Samtidigt med *Skog/Forêt* framhålls det innovativt hållbara i svenskt hantverk i en utställning på Café Suédois, utställning 28, *Moments heureux* (Lyckliga stunder), där kasserat porslin gjorts om till väggklockor.

Utställning 32, *Archi DURABLE, d'un modèle à une vision* (Hållbar arkitektur, från modell till vision), visar svenska arkitektoniska lösningar för framtiden. *Archi DURABLE* är uppdelad i tre olika utställningar som för samman den svenska funktionalismen och folkhemmets sociala aspekter med samtida svensk arkitektur och dess tongivande ekologiska dimension. Det blir en berättelse om Sverige som en nation som länge arbetat konceptuellt kring boendet och försökt införliva naturen i det urbana på ett hållbart sätt. I pressmeddelandet för utställningen beskrivs Sverige som en plats där det moderna och det traditionella inte bara lever sida vid sida utan införlivas i varandra och skapar nya möjligheter:

Att skapa en plats att leva på och en, ur ett globalt perspektiv, hållbar miljö kräver att vi tar hänsyn till flera olika parametrar: respekt för naturen, olikheter i samhället, nya teknologier, estetisk såväl som kulturell kvalitet [...] dessa aspekter är grunden för tankesättet kring svensk arkitektur och urbanism, både igår och idag.

En av utställningarna i *Archi DURABLE* är ett fotoreportage från den normandiska staden Caen, där svenska hus erbjöds för att ersätta delar av den sönderbombade bebyggelsen efter andra världskriget. Sammantaget framhålls svensk arkitektur och svensk bostadspolitik, både av igår och idag som en angelägenhet även för omvärlden. Dels genom att poängtera människans plats i förhållande till naturen och uppvärderandet av den miljömässiga hållbarheten. Dels genom att poängtera den svenska modellen som en modell som tar hänsyn till universella värden och som fungerar i praktiken även i andra länder (läs Frankrike).

Utställning 37, *Les Maisons Rouges - l'histoire d'un couleur* (De röda husen - historien om en färg), handlar specifikt om Falu Rödfärg och indirekt om det svenska kulturarvets ekologiska dimension. Färgen framhålls i utställningens pressmeddelande som en del av det svenska kulturlandskapet: *"utan dessa stugor skulle det svenska landskapet förlora sin karaktär och sin personlighet."* Samtidigt framhålls att färgen även har rent estetiskt viktiga kvaliteter för det svenska kulturlandskapets karaktär: *"På samma sätt allerstäders närvarande, så harmonierar färgen med växtlighetens grönska, himlens och vattnets blå färg, klippornas grå nyanser och vinterns och snöns vita färger."* Vid sidan av dess ekologiska värde, färgen både utvinns och nedbryts utan någon egentlig miljöpåverkan, poängteras färgen som en demokratisk institution i det svenska landskapet eftersom *"den går att finna överallt, såväl på slott som på enkla semesterstugor, industribyggnader och samtida arkitektur."* Färgen används, och har sedan 1600-talet använts, högt och lågt av både rik och arm. De röda stugorna signalerar alltså både kulturell tillhörighet och ekologisk medvetenhet, svenskheten och ansvarstagandet går hand i hand. I utställningen visas bland annat både äldre byggnader och samtida arkitektoniska projekt där färgen används, därigenom stärks en Sverigebild som betonar det ansvarstagande, det medvetna och det ekologiska Sverige.

Tankar om svenskarnas nära och okonstlade band till naturen och närmiljön som ses i såväl utställning 32 som 37 går delvis igen i utställning 38, *Bruno Mathsson*. Naturens samspel med människan upphöjs återigen till att representera ett svenskt tankegods och en svensk livsstil som kommit att prägla hur vi utvecklar samhället. I pressmeddelandet för utställningen presenteras Bruno Mathssons möbeldesign och arkitektur som skapad för den moderna människan, då han *"[...]värdesatte helheten. Hans visionära plan innefattar hela den moderna människans livsstil. Samspelet mellan designen, naturen, ergonomiska lösningar och tankar kring rumslighet och arkitektur är självklara."* På så vis kan Mathssons design beskrivas som ansvarstagande då den innefattar en medvetenhet kring hur vi kan leva ett gott liv i symbios med naturen.

Utställning 40, *Eau* (Vatten), är en installation gjord i kulturhusets trädgård. I en evighetsrörelse skriver tre robotgräsklippare bokstäverna EAU som enligt pressmeddelandet är en påminnelse om vattnets livgivande funktion och de svåra politiska och filosofiska frågorna som omgärdar tillgången till vatten. Sverige förstås i det här sammanhanget som ett medvetet, omtänksamt och ansvarstagande land, som inte ryggar för att diskutera svåra ämnen eller att kritiskt reflektera sitt eget förgivettagna, aldrig sinande, förhållande till friskt vatten. Med bidrag från Electrolux poängteras även svensk industri som innovativ, medveten och, i viss mån, ansvarstagande.

## Det historiskt och karaktärsmissigt sammanhållna Sverige

Ett av de allra tydligaste teman som framkommer i de utställningar som ingår i materialet för studien är att SI Paris skapar och påpekar historiska band till det samtida Sverige. Dessa röda trådar knyter samman olika uttryck för kulturutövning och samhällsliv i Sverige från olika tider till en sammanhängande berättelse om nation och folk. Genom detta ges ett spelrum åt vissa essentialistiska drag av svenskhet och klichéer kan därigenom fortleva och föröka sig.

Både Sverige och svensken konstrueras på så vis kring en historisk giltighet och en nationell karaktär. Flera av de utställningar som behandlats i ovanstående underrubriker ger uttryck för liknande historisk kontextualisering. Konstruktionen av det innovativa, icke-elitistiska och ansvarstagande hållbara Sverige söker ofta skapa band bakåt i historien. Det handlar bland annat om att det samtida ansvarstagande och innovativa Sverige kopplas samman med tidigare progressiva idéer, exempelvis folkhemstanken, olika former av produktdesign i symbios med naturen eller reklamens potential som förmedlare av värderingar.

Formulerandet av ett historiskt arv av att agera och producera ekologiskt som till synes präglar svenskars förhållande till Falu rödfärg eller traditionen av att sätta barnet i främsta rummet sammanfogar idéer och folk i olika tid och rum. Man fastslår på så vis idéer om en svensk tanketradition, sammanhållna värderingar och ett nationellt kynne. Sverigebilderna på SI Paris kan härigenom förstås som en aktiv del i konstruktionen av en enhetlig historieskrivning som villkorar och på så vis begränsar vår förståelse för både sam- och framtiden, i likhet med vad Carr (jfr. 2003 s. 59; s. 140) påstår om andra, mer traditionstygda, kulturinstitutioner. Detta bekräftas också som en strategisk bedömning av informant 1 då hen menar att "[...]ska det vara nånting historiskt så måste det finnas en tanke bakom så att det kan ge en bild av nånting framåt."

Vid sidan de historiska dimensionerna i redan nämnda utställningar finns tydliga exempel på detta vävande av röda trådar mellan dåtid, samtid och framtid i utställningarna 15, 17, 23, 24, 31 och 46. Utställning 15, *La vie n'est pas pour les amateurs* (Livet är inget för amatörer), är en utställning om August Strindbergs betydelse för det svenska kulturlivet. I utställningen tolkar nio svenska serietecknare Strindbergs verk och gärning. I pressmeddelandet för nämnda utställning lyfts Strindberg fram som "den utan tvekan mest kända svenska författaren [...] Strindbergs avtryck är ständigt närvarande i den svenska samtida kulturen [...]." Han har enligt SI Paris en självklar särställning som en av de absolut främsta och mest beryktade av svenska kulturpersoner. Att Strindberg placeras i en ny, ung och på många sätt mer vågad konstnärlig kontext (serieteckning) upprättar en röd tråd som går mellan det klassiskt litterära Sverige och den samtida ungdomskulturen. Genom utställningens tema aktualiseras, understryks och reproduceras Strindbergs betydelse och därigenom skapas en sammanhållen och obruten berättelse genom ett återkommande inslag i svensk kultur.

Utställning 17, *Svenskt Tenn: Un classique du design* (Svenskt tenn: En designklassiker), använder på liknande vis en klassisk, progressiv och genomslagskraftig svensk förlaga för att berätta om samtida svenska uttryck. I det här fallet är det Svenskt Tenn som beskrivs som ett idémässigt ursprung till den svenska designen av idag. Utställningen berättar historien om företaget och personerna bakom företaget. Det är inte bara en berättelse som länkar samman den svenska designhistorien med den samtida designbranschen genom att visa verk från då och nu, det är också en berättelse om den svenska designens plats i den Europeiska

gemenskapen. Detta genom att utställningen beskriver den stilbildande formgivningen som *"en [stil] som associeras med influenser från den wienska elegansen [Josef Frank] och den svenska funktionalismen [Estrid Ericson]."* Därigenom kan man tala om en svenskifiering och en funktionalisering av särskilda uttryck av en sorts europeisk högkultur. Detta har resulterat i skapandet av nya tankemönster kring produktion av designföremål och nya produkter enligt en mer tillgänglig, funktionell och ansvarstagande filosofi vilket formulerats som en historisk sanning om den typiskt svenska designen och dess kännetecken (se även utställningarna 18, 32 och 38).

På samma vis som med utställningen om Svenskt Tenn konstrueras en historia om svensk industridesign i utställningarna 23 och 24, *Sigvard Bernadotte* och *10-gruppen*. Under firandet av 200års-jubileet för ätten Bernadottes trontillträde väljer SI Paris att ställa ut Sigvard Bernadottes design. Dess arv förlängs in i samtiden genom att SI Paris poängterar hans företags roll som en plantskola för skandinavisk formgivning och att därutöver ställa ut föremål av bland andra prins Carl-Philip. Återigen är det historiska och det samtida framställt som tillkomna enligt en logisk följd, där den senare bygger vidare på den tidigare skapelse. Att kulturhuset inför Bernadotte-jubileet väljer att fokusera på produkt- och industridesign förstås därtill som ett sätt att skapa en bild av ett innovativt föregångsland vars förgreningar, genom prins Carl-Philips medverkan, sträcker sig hela vägen till kungafamiljen.

Utställning 31, *Mais où va le design suédois? de Karin et Carl Larsson à Front* (Men var är den svenska designen på väg? Från Karin och Carl Larsson till Front), är ännu ett exempel på den samtida svenska designens välknutna historiska band. Genom att ställa den samtida svenska möbel- och inredningsdesignen mot det stilbildande arvet från Karin och Carl Larssons hem i Sundborn försöker SI Paris se in i den svenska designens framtid, här exemplifierat genom designbyrån Front. Här skapas alltså logiska och intakta förbindelser mellan historia, samtid och framtid, allt under svensk flagg. I presentationen av utställningen framhålls Sundborn som *"en estetisk referenspunkt för den svenska inredningsdesignen"* genom dess funktion som *"en arketyp för svensk design."* Utställningen frågar sig vilken samtida design som kommer att motsvara dess status om hundra år. Att SI Paris har låtit Ylva Ekmans *"Rinkebyhäst"*, en omtolkning av den klassiska dalahästen till en *"dalakamel"*, pryda framsidan av pressmeddelandet förstås också som ett indirekt sätt att bekräfta det dalska och därmed Sundborn som referenspunkt även för framtidens svenskhet. I utställningen finns både ett trettiotal svenska designers och IKEA:s PS-serie representerade. Sammantaget blir samspelet mellan de närmast folkloristiska motiven från Sundborn, svensk design, IKEA, och framtiden en berättelse som bekräftar sig själv. Man spelar på den mytologiserade bilden av det svenska och skapar på så vis en Sverigebild med klichéer som grundstenar.

Utställning 46, *Folklore Fashion par Dawid* (Folkloremode av Dawid), är även den en utställning som bekräftar och reproducerar historien. Modefotografier med folkdräktstema förnygrar och uppdaterar det avlagda och dåtida. Samma klichéer, det dalaromantiserade svenska uttrycket, som återuppväcktes och återanvändes i utställning 31 framhävs även häri som en sorts ursvensk utgångspunkt för konsten och kulturen att ta spjärn mot för att skapa nytt.

I utställningsverksamheten finns spår av den positiva mytbildning som skapat föreställningarna om Sverige som framtidslandet och en humanitär stormakt framför andra, men här finns också spår av mytbildningen om det svenska vemodet. I en rad utställningar kopplas idéer om inåtvända, ensamma, melankoliska och väderpinade



människor samman med konst från och om Sverige. I utställningarna 8, 10, 27, 34 och 35 kopplas Sverige på ett direkt sätt samman med naturen och svenskarnas förhållande till naturen står i fokus. I utställningarna 29, 30, 33 och 48 riktas fokus mer mot det svenska vemodet.

Utställning 8, *Máze*, är en bildsvit där en fransk fotograf med jämna mellanrum rest till en norsk (!) sameby ”för att fotografera dess invånare och naturen.” Hennes fascination för det arktiska landskapet väcktes efter hennes första resa till Norrbotten 2005 och hon beskriver själv hur hon ”mött tystlåtna, ibland melankoliska människor, väldigt stolta över sin by och sin mark och de landskap som de oupphörligen betraktar genom kikaren som de alltid bär med sig, även inomhus.” Det finns en antydning till exotisering av det nordiska och i denna utställning samsas många av klichéerna som präglar svenskheten; såväl det nordliga klimatet med ljuset i fokus som den melankoliska nordbon med tystheten som främsta kännetecken och gemensam nämnare. Utställning 10, *Barrön*, är en fotoserie av en fransk fotograf som framhäver ljuset, skogen och tystnaden som en viktig del av det svenska, något som framkommer när konstnären själv beskriver sitt fotograferade som ”[...] en rörelse inspirerad av den här naturen, tystnaden och ljuset som är så typiskt för Sverige.” Den visas samtidigt med Christer Strömholms och J.H Engströms Parisbildningar och kan därigenom förstås som någon slags kulturell jämförelse mellan det (ur-)franska och det (ur-)svenska.

Samma tema som i utställning 7 upprepas i utställning 34, *Svensk*. Återigen är det en fransk fotograf (och etnolog) som skildrar svensken som en nordbo. Hon har i sitt arbete besökt slumpvis utvalda människor i Västerbotten eftersom ”inomhusmiljöerna i denna region, med sin närhet till polcirkeln, har en unik position som plats för sociala aktiviteter och en särskild känslomässig tillgivenhet.” Här blir det extra påtagligt att svensken i allmänhet, och västerbottningen i synnerhet framställs som utelämnad till den stora naturen och därför befinner sig i en extra påtagligt beroendeställning till hemmet. Vid sidan av hemmiljön är ensamheten och mötet mellan människor i fokus. Samtidigt med *Svensk* visas Lars Tunbjörks *I love Borås* (utställning 33) som också kan påstås utgöra en kommentar till svenskens melankoliska läggning, dock utan att direkt relatera till det specifikt nordiska klimatet. Det gör däremot utställning 35, *La Croisée des Regardes* (Korsande blickar), som är en utställning där franska och svenska fotografer och filmare skapar verk utifrån sina föreställningar om den andre. I pressmeddelandet framkommer det att fransmännen väljer att skildra naturen och välfärdssamhället som något typiskt svenskt, medan de svenska konstnärerna närmar sig det franska med fokus inställt på det intima och personliga såsom språket, minnet och det imaginära.

För att återvända till reproduktionen av det svenska vemodet som ett sorts nationellt karaktärsdrag, som Lars Tunbjörks utställning berörde, så syns detta även i två olika utställningar av och med svenska serietecknare. Utställning 30, *Joanna Hellgren* och utställning 48, *Klas Katt*, har båda gemensamt, vid sidan av att illustration och serieteckning utgör konstformen, en tonalitet och ett bildspråk som vi författare relaterar till melankoli och svärmod. Detta trots att Hellgrens serieromaner om Frances och Gunnar Lundkvists seriestrippar om Klas Katt kan sägas befinna sig i varsin ända av serietecknandets breda spektrum. Samtidigt med Joanna Hellgren visas utställning 29, *Instantanés*, där konstnärerna Anna Bjerger och Jenny Källman, i sitt måleri respektive fotografi, visar ”anonyma personer försjunkna i vild natur eller enkelt presenterade i en intim miljö, deras verk härrör från en fridfull och tyst stämning som om tiden plötsligt står stilla.” Detta kan förstås som om de bygger

vidare på en svensk tradition av att använda tystnaden, stillheten och det introverta som en konstnärlig utgångspunkt. Detta går att återknyta till andra utställningar i studien, exempelvis utställning 22, *Nordic Delight* som beskrivs som ”den nordiska konsten har alltid pendlat mellan det dunkla och det ljusa, det onda och det goda [...]”

I ett par av utställningarna framhålls även svensken som kosmopolitisk, med ett intresse och en medvetenhet om sin omvärld. I utställning 51, *La collection Khalili et ses textiles de la Scanie* (Khalilisamlingen och dess skånska textilier) beskrivs exempelvis 1700-talets skånska hantverk som ”exotiska på ett internationellt plan” då de hämtat inspiration från ”avlägsna platser både vad gäller tid och rum.” I pressmeddelandet till utställning 21, *Tio fotografier – le collectif* beskrivs fotografierna som starkt influerade av sina många resor runt om i världen. Detta arv kan kopplas samman med dagens svenskar, vilka NSU beskriver som ”ett resande folk med intresse för omvärlden” (NSU 2009, s. 6).

I utställningarna under denna rubrik skapas på olika vis essentialistiska utsagor om svenskhet. I dem går en röd tråd som belägg för att dessa utsagor är historiska sanningar. Det finns i dessa utställningar en svensk design som samspekar med en svensk idé om praktiska lösningar och en jord- och folknära filosofi. Det finns också en idé om ett svenskt hem, präglad av en känsla för vad som är vackert, praktiskt och naturligt. Därtill finns ett kulturellt arv som vi verkar ha svårt att skaka av oss. Den svenska kulturen präglas till exempel fortfarande av Strindbergs svårmod och den romantiserade bilden av Dalarna som en ursvensk miljö. Genom dessa konstruktioner av historia bekräftas myter och klichéer som inte nödvändigtvis är representativa för Sverige av idag. Man bör fråga sig om Sundborn som ett vedertaget mått på skönhet verkligen är mer betydelsefullt för Sverige än de diskurser som ständigt bekräftar Biskopsgårdens eller Rosengårds fulhet. På så vis kan man se Sundborns närmast objektiva skönhet som en social konstruktion. Detta är ett exempel på hur historieskrivningen försvårar progression indirekt genom att bekräfta mytbilden och klichéerna som gör vissa till mer svenska än andra. Därigenom kan vi i förlängningen tala om Sverige-bilden, i Faircloughs terminologi, som aktiv i maktens tjänst (Fairclough 2001, s. 64).

## Analys, steg 2

Varumärkesplattformen ligger till grund för bilden av Sverige som ett progressivt land, som kännetecknas av fyra kärnvärden – Nytänkande, Öppenhet, Omtänksamhet och Äkthet

NSU 2009, s.5.

Analysens andra steg syftar till att belysa vad den utställda Sverige-bilden säger om Sverige. Det innebär att vi författare kommer redogöra för den diskursiva konstruktionen av svenskhet. Detta motsvarar således uppsatsens andra forskningsfråga: *Vad säger den utställda Sverige-bilden om Sverige och vad gör det med den diskursiva synen på svenskhet?*

Som framgår av analysens första steg är stora delar av Sverige-bilden på SI Paris präglad av befästheten av klichéer. Att kulturinstitutioner både skapar och återskapar klichéer, stereotyper och andra svepande bilder har varit en diskussion sedan länge och är fortsatt en aktiv debatt i samhället. Det görs alltid ett urval, och på samma sätt som man väljer något väljer man alltid bort något annat. I fallet med

arkiv, bibliotek och museer så förstås de ofta som institutioner med en hög sanningshalt i sina utsagor och att den historia som presenteras där kan uppfattas som rätt och riktig av dess betraktare. Det kan sägas ske i enlighet med den växelverkansprincip som präglar det nyinstitutionella synsättet (jfr. Jepperson 1991, ss. 146–147; Jönsson et al. 2011, ss. 86–87). Bennett menar att vi kan förstå våra kulturinstitutioner som sociala konstruktioner där meningsskapande och historieskrivning således är socialt villkorat (Bennett 1995, s. 165). Det skapas en diskurs kring det utställda, i detta fall det som gemensamt utgör Sverige-bilden, eftersom diskurser skapar giltiga föreställningar om en gemensam historia. Här blir således urvalet som SI Paris gör viktigt. Genom sitt urval, vad kulturhuset visar upp, skapas en diskurs som i sin tur skapar en historia. Denna historia, detta narrativ, är en process som utgör Sverige-bilden. På detta sätt går det att se Sverige-bilden som en institutionaliserad diskurs och social konstruktion.

Vi författare menar att Sverige-bilden som tecknas på SI Paris ska förstås som en kontinuerlig process. Genom genrer, material, formspråk, konstnärer och formgivare samt eventuella samarbeten har Sverige-bilden utvecklats och utvecklas över tid. Denna process menar vi författare formar diskurser som definierar och ringar in Sverige som nation och svenskhet som begrepp. SI Paris är enligt vår teoretiska förståelse att betrakta som en plats och ett forum för konstruktionen av ett gemensamt minne och en gemensam förståelse av Sverige och svensk kultur. Detta innebär att hur Sverige-bilden utformas inte bara har en inverkan på hur den uppfattas här och nu utan också en indirekt inverkan på framtida meningsskapande kring Sverige som nation och svenskhet som begrepp (jfr. Carr 2003, s. 46).

Det är viktigt att förstå delarna för att förstå helheten och därför har vi i analysens första steg identifierat och motiverat olika övergripande teman för denna process. Dessa teman förstås därigenom utgöra Sverige-bildens narrativa utgångspunkter på SI Paris. För att utveckla och begripliggöra det diskursiva sammanhanget och för att genomlysningen av studien ska vara tydlig har vi författare valt att diskutera den diskursiva praktiken efter samma underrubriker som analysens första steg är ordnad efter. Dessa är: det innovativa Sverige, det icke-elitistiska Sverige, det ansvarstagande Sverige samt det historiskt och karaktärsmissigt sammanhållna Sverige.

### Det innovativa Sverige

Vi författare har i analysens första steg sett att det i SI Paris utställningar på olika vis framträder en bild av Sverige som ett innovativt land. Genom att benämna Sverige som ett innovativt land skapas en identitet för Sverige som i stort bygger på upphöjandet av vissa karaktärsdrag: kreativitet, aktualitet, uppfinningsrikedom. Dessa karaktärsdrag ser vi författare som samspelande med ett av NSU-plattformens fyra kärnvärden – ”*nyttänkande*” (NSU 2009, s. 6). Här återfinns också en koppling mellan industri, näringsliv, konstnärligt skapande och den svenska identiteten. Dessa kopplingar kan, bland annat, ses i hävdandet av de kreativa näringarna som en prioriterad del av det Sverige-främjande arbetet. Kreativa näringar är en formulering som återkommer i flera olika främjandesammanhang, såväl i utställningarna som i informanternas utsagor och i NSU-plattformen. Vi författare förstår satsningar på de kreativa näringarna som en väsentlig del i konstruktionen av det innovativa Sverige då kreativitet förutsätter en viss grad av innovativt tänkande. I diskursen manifesteras således också en svensk identitet som bygger på en föreställning om Sverige som ett innovativt land.

Bennett menar att utställningsverksamhet kan förstås som en plattform för en simulerad organisering av verkligheten, där det som ställs ut gemensamt skapar en bild av logisk samhörighet, en diskurs, där föreställningar om en gemensam historia ingår (Bennett 1995, s. 126). I fallet med det innovativa Sverige är det tydligt att föreställningen om Sverige som ett lösningsorienterat land är en del i den Sverigebild som skapas genom vad SI Paris ställer ut. Denna föreställning får även fäste i SI Paris institutionella kontext, bilden av Sverige som innovativt och svensken som innovatör framstår som ett historiskt faktum, ett faktum som SI Paris bekräftar och förmedlar till kulturhusets besökare. Att SI Paris dessutom förankrar den svenska designtraditionen (exempelvis utställning 17, 23 och 31) i samtiden förstärker denna bild, vilket är ett sätt att återbekräfta det innovativa som ett karaktärsdrag och en del av den svenska identiteten.

Poängen här är att idén om det innovativa Sverige *naturaliseras* (för att använda Faircloughs begreppsapparat) och kan därigenom tillskrivas en essentialistisk funktion (jfr. Faircloughs 2001, s. 87). Fri association kring begrepp som nation och innovation begränsas här genom att dess inneboende mening essentialiseras och i viss mån cementeras. Innehållet i dessa begrepp kan visserligen fortsatt sägas vara förhandlingsbart, men den diskurs som skapas bestämmer ändå att just dessa begrepp ska användas och fyllas med ett visst innehåll. Något hårdraget innebär detta att Sverige ska framstå som innovativt oavsett vad det innebär, eftersom SI Paris utställningsverksamhet definierar Sverige som innovativt. SI Paris skapar således ett innovativt Sverige och har alltså det att utgå ifrån när Sverige förmedlas. På så vis återskapas det innovativa Sverige som något eftersträvansvärt. Detta menar vi författare, genom det teoretiska filtret som appliceras på analysen, kan förstås som ideologiskt villkorat.

Utställningsverksamheten på SI Paris kan förstås som en direkt kommunikation, i likhet med utövandet av makt i diskurs som Fairclough talar om (jfr. 2001, s. 36–46). Den direkta kommunikationen innebär att SI Paris har makt över narrativet då institutionen därigenom kan styra publikens meningsskapande. En förutsättning för detta är att utställningar utformas efter ett idealt subjekt, det vill säga med en målgrupp i åtanke. Narrativet blir således möjligt att förstå under förutsättningen att publiken accepterar dess ideologiska villkor, det vill säga den idétradition som skapar förutsättningar för utställningars relevans. Om då det innovativa Sverige, som ett exempel, utgör grunden för narrativet, måste publiken acceptera den konstruktionen som i princip giltig. Det framställs som en eftersträvansvärd egenskap som publiken i viss mån bör hålla med om för att utställningen ska vara begriplig. Vad som utgör den ideologiska grunden för utställningens giltighet ska däremot förstås i förhållande till idéer och processer som delvis befinner sig utanför diskursen. Återigen bör understrykas att detta är en teori som är applicerbar på all utställningsverksamhet, det teoretiska ramverket förutsätter att alla sanningsanspråk är socialt konstruerade och därför är detta inget unikt för verksamheten på SI Paris. Det är dock viktigt att påpeka att det essentialistiska anspråket i konstruktionen av det innovativa Sverige bör problematiseras då ett sådant förfarande ligger nära det Fairclough beskriver som att vara verksam i maktens tjänst (2001, s. 64). Det innebär att vissa sociala konstruktioner, där de ideologiska villkoren är dolda, framstår som mer logiska och godtagbara än andra.

Idén om det innovativa Sverige är inte uppfunnen av vare sig Sveriges regering, SI eller NSU. Den skapas lika mycket genom andra nationers och marknaders politiska och handelsorienterade intressen och förväntningar på Sverige

som en medspelare i ett globalt kapitalistiskt system. Att Sverige ska vara en aktiv del i detta system framstår i viss mån som logiskt, men kan alltså likväl förstås vara en social konstruktion (på makronivå) med dolda ideologiska villkor. Vi författare menar att detta system inte kan tas för givet som uppkommet av logiska och naturliga skäl. Det behöver i sig inte vara värderande utan ska betraktas som ett konstaterade av en princip som bör blottläggas just för att den tillåter ideologier att verka latent.

Så som vi författare har begripliggjort konstruktionen av det innovativa Sverige motiveras den delvis i förhållande till Sverige som en framstående designnation. SI Paris visar (återigen exempelvis utställning 17, 23 och 31) klassiska och framgångsrika svenska designers och förlänger deras arv in i nutida produktdesign. Detta har ett direkt släktskap med det som Lundberg (2005) framhåller som väsentligt för Sverigefrämjandet; att förankra marknadsföringen av Sverige i redan etablerade kännetecken och representanter för svensk kultur (ss. 199–200). Detta kan relateras till själva utgångspunkten och syftet med SI som institution, att marknadsföra Sverige utomlands (Glover 2011). Svensk designnäring såväl som produkterna i sig tillskrivs således en historia och en kulturell kontext som gör dem både begripliga (de är en del av en större svensk tradition) och säljbara (SI Paris blir deras showroom). Vi författare menar att detta också kan förstås som delvis utifrånkommande förväntningar på vad som ska vara det svenska.

Vad som uppfattas vara typiskt för en nation kan, som vi tidigare visat, förstås som en samverkan mellan auto- och xenostereotypa föreställningar som präglas av nämnda politiska och marknadsmässiga intressen och logiker (jfr. Musiał 1998; Glover 2009; 2011). I sammanhanget är det även intressant återkoppla till Musiał (1998) slutledning om hur föreställningen om Sverige som ett politiskt progressivt land kom att spilla över på den svenska livsstilen och några av dess främsta symboler, exempelvis IKEA och den innovativa svenska designen (ss. 28–31). Nämnda designutställningar på SI Paris förefaller i viss mån ha anammat den slutledningen som sin egen. Att den svenska designnäringen blir tätt sammankopplad med den svenska livsstilen gör att det innovativa och progressiva mer eller mindre blir ett svenskt karaktärsdrag. Vi författare menar att denna ”sanning” bör förstås som diskursiv. Vårt att påpeka är att detta inte endast gäller de utställningar som rör design, det är istället en återkommande princip i samtliga diskurser som vi har funnit i materialet.

## Det icke-elitistiska Sverige

Diskursen kring det icke-elitistiska Sverige kan sägas uttryckas i önskan från kulturhusets sida att uppfattas som ”ödmjukt, öppet, äkta” (informant 2; jfr. NSU 2009, s. 5). Det anspelar på en föreställning om Sverige och svenskhet som präglas av ett jämlikt samhälle. Svenskar anses vara icke-hierarkiska och konsensusinriktade och utomlands kopplas jämlikhet och jämställdhet starkt ihop med den svenska samhällsmodellen (jfr. Svenska Institutet & United Minds 2012, ss. 11–12). Att svenskar står i kö<sup>25</sup> och helgar den gyllene medelvägen är något som går att relatera till den här studiens resultat. Just formuleringen om Sverige som den gyllene medelvägens land är en föreställning som hängt med sedan 1930-talet och Marquis Childs bok i ämnet (jfr. Glover 2011s. 65; Arter 1999, s. 145). Vi författare menar att

---

<sup>25</sup> Relaterar till citat av informant 1: “[...] Vi tror till exempel att kaféet här är ett annorlunda kafé än ett franskt kafé. Man står i kö och tar sin bricka och samtidigt är det inte något på löpande band-principen utan det finns en liten känsla där.”

denna medelvägssträvan även går att se i informant 2:s resonemang i frågan om det icke-elitistiska Sverige.

[...] att vara både Dramaten och Stadsteatern. Att vi visar att vi kan rikta oss till båda. För är vi för elitistiska, är vi för smala, så når vi inte ut brett och kan också ses som en elitistisk nation vilket vi inte är

*Informant 2.*

Denna önskan, så som den bland annat framställs på SI Paris, uttrycks i de många och breda teman som präglar utställningarna. Kulturhuset visar såväl snäv och konceptuell samtidskonst som reklamkampanjer, industridesign och hantverk. Vi författare argumenterar i kapitlet Analys – steg 1 för att ursprunget till detta kan förstås som en del av kulturhusuppdraget, men det tycks alltså också finnas en förklaring i en mer djuplodande tendens, en tendens som präglar hur själva svenskheten definieras. Att det breda utbudet inom utställningsverksamheten hjälper till att framställa en icke-elitistisk svenskhet som därigenom villkorar publikens uppfattningar om Sverige.

Informant 2 talar om hur Sverige, i förhållande till Frankrike, kan förstås som en icke-elitistisk kulturnation och benämner detta som en av den svenska kulturens styrkor. Hen uttrycker vidare under intervjun att besökarna tenderar att uppfatta SI Paris som en avslappnad institution och ser detta som en del av ”den svenska livsstilen” vilket kulturhuset också vill förmedla. Det samspelar med hur svenska folket benämns som ”*lediga i sin stil*” i NSU-plattformen för hur Sverige-bilden ska kommuniceras (NSU 2009, s.6). Frankrike blir i sammanhanget en fond mot vilken Sverige-bilden avtecknar sig. Sverige framställs, all sin ödmjukhet till trots, som ett betydelsefullt inslag i kulturlivet då den svenska kulturen i förhållande till den franska kan erbjuda något annat. Att artikulera denna avslappnade identitet och det icke-elitistiska kulturbegreppet med Frankrike som fond gör att Frankrikes kulturliv framstår som elitistiskt. Detta adderar således en extra dimension till meningsskapandet kring Sverige som nation och den svenska identiteten. Det är också något som samspelar med Lundberg och Tydén syn på globaliseringen som en något paradoxal förutsättning för den svenska självbildens fortlevnad; Sverige behöver *de andra* för att kunna definiera sin egen självbild (jfr Lundberg & Tydén 2008, s. 22).

Diskursen om det icke-elitistiska Sverige är av nämnda anledningar intressant att diskutera i förhållande till vad Lundberg skriver kring riskerna med att låta ”alla” få vara med där han menar att Sverige-bilden bör formas kring vad som särskiljer Sverige från andra (Lundberg 2005, s. 198). I detta fall råkar dessa båda motstridiga principer sammanfalla; att just alla får vara med kan förstås som något unikt svenskt i förhållande till det franska sättet att bedriva kulturinstitutioner. Det blir så att säga en ”selling point” för svensk kultur.

SI Paris är ett kulturhus, det är så verksamheten definieras av moderorganisationen SI. Då begreppet kulturhus associeras med ett brett tilltal, till skillnad från konstmuseer eller gallerier, gör det att SI Paris i viss mån måste tilltala en bred publik. Enligt nyinstitutionell teori så skapar institutioner ett ramverk som innehåller en uppsättning regler vilka institutionen måste förhålla sig till för att bibehålla sin identitet. SI Paris bibehåller sin, och i förlängningen Sveriges, identitet som icke-elitistisk genom att ständigt reproducera en icke-elitistisk Sverige-bild. I förlängningen är därför den icke-elitistiska Sverige-bilden lika mycket att betrakta som en produkt av omvärldens förväntningar som av SI Paris egna framställning av den

(jfr. Jepperson 1991, ss. 146-147). Samtidigt påpekar både informant 1 och informant 2 att (konstnärlig) kvalitet är avgörande för vad som ställs ut på SI Paris, och därigenom kan sägas vara avgörande för vad som konstituerar den Sverigebild som kulturhuset arbetar med. Märk väl att informant 2 framhåller att SI Paris ska kunna vara både ”*Dramaten och Stadsteatern*” vilket egentligen inte ger något större utrymme för kulturutövning bortom den traditionella definitionen av vad som är god kultur. Vi författare ska självklart inte dra för stora växlar av ett enskilt citat, men strävan efter att framstå som en kulturinstitution i sin egen rätt är något som med tydlighet framgår i studien och som innebär att verksamheten värderas mot en gängse uppfattning om vad konstnärlig kvalitet *ska vara*.

I förhållandet till användningen av kvalitetsbegreppet är det intressant att problematisera SI Paris utställningsverksamhet med hjälp av Bourdieu och Darbels teorier kring *kulturellt kapital*. Kulturellt värde institutionaliseras genom att förståelse av vad konstnärlig kvalitet är ständigt bekräftas och reproduceras av och på våra kulturinstitutioner. SI Paris kan inte påstås vara något undantag, sitt icke-elitistiska anspråk till trots. Genom att kulturhuset reproducerar de strukturer som villkorar hur vi kan skapa mening kring och definiera begrepp som ”kvalitet” och ”kultur”, vilka i grunden bör förstås vara relativa kan kulturhuset även här sägas utöva makt i diskurs (jfr. Fairclough 2001, ss. 36–46). Som vi författare talat om det innovativa Sverige som ett utövande av makt i diskurs konstrueras även här en sanning om det icke-elitistiska Sverige då SI Paris definierar vad som är att betrakta som icke-elitistiskt och sedan förmedlar det.

### Det ansvarstagande Sverige

Att Sverige framställs som ett ansvarstagande land framhålls som en påtaglig del av den diskursiva konstruktionen av Sverige bilden. Detta kan också sägas samspela med begreppet ”*omtänksamhet*” som enligt NSU-plattformen ska prägla arbetet med Sverige bilden (NSU 2009, s. 6). SI Paris utställningsverksamhet lyfter fram historiska och inrikespolitiska åtaganden som exempelvis folkhemmet och välfärdssamhället som en allmän strävan efter att underlätta människans vardagsliv som ett led i bevisföringen för Sverige som ett progressivt land. Den historiska (och politiska) föreställningen om Sverige som en progressiv nation har, som Musiał effektivt visat, påverkat och reproducerats genom hur Sverige uppfattas i en internationell kontext. Sverige uppfattas traditionsenligt som en humanistisk och välmående stat med stort engagemang för mänskliga rättigheter (jfr. Musiał 1998, s. 56; Svenska Institutet 2014b, s.3). En fredstat, som står för solidaritet med fattiga länder etc. Genom framlyftandet av det socialt och ekologiskt ansvarstagande och lösningsorienterade Sverige fortplantas en idé om att Sverige, av tradition och som en produkt av eget arbete, är ett framtidsland. Det framstår som en av de framträdande rollerna som Sverige fyller i egna och andras ögon. Här går att göra en historisk koppling till 1950- och 60-talen då Sverige, genom SI, ville framstå som en solidarisk och humanitär stat genom ett stort engagemang i internationellt biståndsarbete (jfr. Glover 2011, s. 80).

Detta är som sagt en princip som vi känner igen från Kazimierz Musiał's beskrivning av den svenska självbilden som beroende av anpassning efter auto- och xenostereotypa föreställningar. Förväntningar eller intressen utifrån (från den franska publiken) är dessutom något som SI Paris utgår ifrån i sin urvalsprocess.

Det gäller att hitta den gemensamma nämnaren mellan vad vi har att erbjuda och vad man förväntar sig, eller inte förväntar sig men i alla fall vad det kan finnas för något intresse där vi tror att vi kan skapa nyfikenhet

*Informant 2.*

Dessa intressen verkar som sagt sammanfalla med idén om Sverige som ett ansvarstagande land och ett land som gärna går i bräschen för social och miljömässig utveckling. Därmed tycks gamla xenostereotypa föreställningar fortleva och utgöra grunden för den Sverigebild som SI Paris förmedlar och med det den autostereotyp som präglar den svenska självbilden. Det ansvarstagande Sverige förstås här som en livskraftig diskurs inom såväl SI Paris utställningsverksamhet som i omvärldens uppfattningar av Sverige som nation.

Det ansvarstagande Sverige bygger på och reproducerar alltså en xenostereotyp föreställning om Sverige. Det är i sig en logisk konsekvens av att den svenska autostereotypen anammat denna konstruktion som en historisk sanning och ett nationellt karaktärsdrag. Det har, som Musiał visat, sin grund i trögföränderliga uppfattningar från en tid då omvärlden led svåra kval medan Sverige utvecklades i vad som ansågs vara en positiv riktning (Musiał 1998, ss. 21–24). Sverige bilden präglas av och poängterar alltså föreställningar vars faktiska omständigheter, i viss mån, har reviderats.

Bilden av Sverige som ett land som har lösningar för samtidens problem är fortfarande mycket levande i SI Paris utställningar. Värt att notera är exempelvis att SI Paris i utställning 32, använder sig av folkhemmet som en symbol för det hållbara samhället och kopplar samman det med samtida grön arkitektur och på så vis förlänger hållbarhetstraditionen både bakåt och framåt i tiden. Utställning 37 anspelar på samma tematik och framhåller det svenska sättet att leva ekologiskt medvetet som en företeelse med långa historiska anor. Man kan dock fråga sig om det ekologiska levernet verkligen hade någon motsats i 1600-talets jordbrukssamhälle.

Även utställningar som 11 och 18 där barnets bästa står i fokus följer samma ansvarstagande linje då Sverige framställs som progressivt i förhållande till synen på barns plats i samhället. Alldeles oavsett om grunderna för utsagor i utställningar är möjliga att ifrågasätta eller ej så bygger SI Paris vidare på idén om det svenska föredömet, anpassat efter samtidens utmaningar. Det framstår som om Falu rödfärg i sammanhanget reduceras till ett kärl för det ansvarstagande Sverige, vilket, i likhet med det innovativa och det icke-elitistiska Sverige, kan förstås som ett sorts maktutövande i diskurs (jfr. Fairclough 2001, ss. 36–46).

Den progressiva och lösningsinriktade Sverige bilden kan av ovan nämnda anledningar påstås ha institutionaliserats. Detta innebär att förväntningarna på hur Sverige ska porträtteras har ordnats efter det narrativ som erbjuds och narrativet har i sin tur anpassats efter de förväntningar som finns på Sverige. Detta skapar den självbegränsande växelverkan som diskuterats ovan och som bekräftar både institutionens giltighet och sanningsanspråkets trögföränderlighet, i det här fallet Sverige bilden (jfr. Jönsson et al. 2011, ss. 86–87). Härigenom blir det också svårt att avgöra vad i utställningarna som är unikt för Sverige och vad som ”bara” är uppfattningar om vad som borde vara unikt svenskt.

### Det historiskt och karaktärsmissigt sammanhållna Sverige

Bennett menar, som vi tidigare nämnt, att vi kan förstå våra kulturinstitutioner som plattformar för en simulerad organisering av verkligheten och som sociala



konstruktioner där meningsskapande och historieskrivning således sker och begripliggörs socialt villkorat (Bennett 1995, s. 126; s. 165). Det är också något som samspelar med Carrs beskrivning av hur kulturinstitutioner kan prägla besökarens förståelse för framtiden genom att utgöra en plats för gestaltningen av ett gemensamt minne (jfr. Carr 2003 s. 46). Vi författare menar att gestaltningen av den svenska identiteten i SI Paris utställningsverksamhet är konstruerad med hjälp av historiska belägg. SI Paris blir således en plats där ett gemensamt minne skapas och en ”sann” historia skrivs.

Att begripliggöra Sverige bilden genom att påtala den som en historisk sanning relaterar till kärnvärdet ”*äkthet*” som ingår i NSU-plattformen för Sverige främjandearbete (jfr. NSU 2009, s. 6). En tolkning av utställningarna på SI Paris som ligger nära till hands är att Sverige under lång tid har varit innovativt, Strindberg och makarna Larsson var det på sin tid, och sådana är svenskarna även idag. Sverige har sedan länge varit framåtblickande och visat intresse för nya idéer och andra kulturer. Det syns i såväl Hilma af Klints måleri som i Khalilisamlingens skånska textilier och Tio fotografers foton. Sverige tog sitt sociala ansvar efter andra världskriget genom att bygga hus i Caen och idag tar vi ansvar genom att bygga klimatsmart (eller barnvänligt för den delen). Dessa är några få av många exempel på hur SI Paris skapar en diskurs som utgår ifrån den svenska identiteten som sammanhållen över tid, det tillför svenskheten en trovärdighet och skapar en kontinuitet som motiverar det progressiva Sverige som en logisk konstruktion. Däremot kan denna logiska konstruktion likväl förstås som chimärisk.

Genom nämnda diskurs upprätthålls och reproduceras en nationens logik, en logik som påstår att Sverige är svenskt, liksom av egen hävd, och att svenskhet är något som kan definieras och urskiljas från andra nationella identiteter. Detta är ett uttryck för en essentialistisk hållning som vi författare uppfattar som problematisk då den kan få konsekvenser för synen på andra människor. Werner menar att den essentialistiska förståelsen av nationsbegreppet kan kopplas till människors utseende, att nationalitet kan uttryckas i fysiska attribut, till exempel att svenskhet likställs med att vara blond och blåögd (jfr. Werner 2014). Just logiken i diskuren är det som gör den lömsk, då den egentligen bör förstås som ideologiskt villkorad (jfr. Fairclough s. 27). Det svenska fungerar som en logisk definition och urskiljare för att vi använder oss av det som det. Vi (de socialt aktiva subjekten) kan på sätt och vis förstås som bundna vid dessa definitioner i och med att vi utgår ifrån dem i hur vi agerar, därigenom ska vi själva förstås som en del av reproduktionen av dessa diskurser. Det är också utifrån de diskurser som befäster en essentialistisk svenskhet som (socialt accepterat) meningsskapande möjliggörs (jfr. Fairclough 2001, s.32). Om vi (som sociala subjekt) inte accepterar begreppet nation som en logisk indelning av världen kommer vårt handlingsutrymme och meningsskapande kraftigt begränsas.

Bilden av Sverige som ett land där historien tar oss in i framtiden kan på många vis också förstås som en logisk konsekvens av SI Paris uppdrag och övergripande syfte med verksamheten; att väcka intresse och förtroende för Sverige. Men skillnaden mellan att skapa logiska samband och att ägna sig åt essentialistiska tendenser är, teoretiskt sett, härfin och kan samtidigt härledas till ett bekräftande av en *föreställd gemenskap*. Det är alltså att betrakta som en idétradition som förstärker giltigheten och logiken i nationsbegreppet. I det här fallet handlar det om Sverige som en socialt och inte bara geografiskt sammanhållen enhet, vilket i sig inte kan vara annat än en falsk logik då ingen människa känner gemenskap med alla som tillskrivs den svenska nationaliteten. Det är en både fysisk och social omöjlighet. Att ägna sig

åt att tillskriva Sverige och svenskheten en essens kan därmed förstås som att ägna sig åt att skapa normativa utsagor och därigenom agera *i maktens tjänst*. (jfr. Anderson 2006; Fairclough 2001 s. 64)

Den essentialistiska Sverige bilden kan spåras till en reproduktion av stereotypa klichéer av svenskhet i förmedlingen av svensk kultur via utställningsverksamheten på SI Paris. Det kan i sin tur förstås som en realisering av de föreslagna strategier för marknadsföring av Sverige som går ut på att förankra Sverige bilden i redan slagkraftiga exempel på svenska framgångar (jfr. Lundberg 2005 ss. 199–200). Detta kan problematiseras genom hänvisning till bland annat Lundberg och Tydén som menar att varumärket Sverige, vilket vi författare förstår som del av Sverige bildens funktion och syfte, står i nära relation till en nationalistisk vurm för essentialism (jfr. Lundberg & Tydén 2008, ss. 21–23). Detta belyser också en intressant aspekt av SI Paris arbete; att praktisera en nationalism i marknadsföringssyfte och samtidigt undvika att praktisera en nationalism som exkluderar de som inte passar in.

Även om Lundberg kan sägas framhålla återanvändningen av färdiga ”sanningar” om Sverige som lämpligt, ur marknadsföringssynpunkt, så innebär det också att dessa bilder av Sverige befästs även i vårt eget medvetande (jfr. Lundberg 2005, ss. 199–200). Det i sin tur präglar hur vi förstår svenskhet och vilka som kan beskrivas som hemmahörande i den nationskategorin. Historiska klichéer som beskriver Sverige och svenskhet bekräftas genom SI Paris utställningsverksamhet och Sverige bildens historiska rötter institutionaliseras då den accepteras och förväntas av kulturhusets besökare såväl som samhället bakom förmedlingen. Det är en princip som känns igen från den nyinstitutionella teorin; hur institutionen agerar är en konsekvens av hur den förväntas agera.

Med hjälp av principerna för den nyinstitutionella teorin kan vi förstå det som att Sverige bilden inte skulle kunna fortleva utan de institutioner som sprider och reproducerar den (jfr. Hall 2008, s. 137). Men precis som vi författare hävdar i kapitlet Teoretiska perspektiv betraktar vi det omvända som lika sant; dess institutioners verksamhet skulle ogiltigförklaras utan Sverige bilden. De båda lever av varandra. Vad som dock är viktigt att påpeka här är att Sverige bilden inte bara är en inominstitutionell angelägenhet eftersom vi (de sociala subjekten) kan förstås som oumbärliga för befästandet och reproduktionen av Sverige bilden. Som Fairclough påminner om är det läsarna, inte texterna i sig, som är instrumentet för implementeringen (Fairclough 2001, s. 69). Makt utövas genom oss och det meningsskapande som tillgängliggörs för oss avgör maktens spelutrymme.

Då Sverige bilden på SI Paris söker stöd i äldre förlagor av vad som förstås som svenskhet finns det anledning att påtala hur detta kan förstås som en process där själv bilden påverkas av auto- och xenostereotypa idéer om vad Sverige är för land. De historiska narrativen bygger som Musiał visat, och som vår studie i viss mån bekräftar, på klichéer som präglat synen på Sverige och svenskhet sedan decennier tillbaka (Musiał 1998). Folkhemmet, Sundborn och Strindbergs gärning är alla företeelser vars status inom kulturen på (delvis) goda grunder har reviderats i det samtida Sverige. Vad vi hoppas med den här studien är att kunna blottlägga vilka strukturer och ideologier som villkorar meningskapandet i det narrativ som SI Paris förmedlar. Dessa kommer att diskuteras i analysens avslutande del. Principen som styr processen är däremot tydlig redan här; genom SI Paris urval till utställningarna, och genom hur dessa länkas samman, skapas och återskapas en diskurs som i sin tur bekräftar en historieskrivning. Denna historieskrivning, detta narrativ, är en grundbult

i Sverigebildens konstruktion. På detta sätt går det att se Sverigebildens som diskursivt villkorad och en social konstruktion.

### Analys, steg 3

Analysens tredje steg syftar till att undersöka vilka så kallade icke-diskursiva faktorer som påverkar Sverigebildens som ställs ut på SI Paris och motsvarar uppsatsens tredje forskningsfråga: *Varför ser den utställda Sverigebildens ut som den gör?* Med icke-diskursiva faktorer menas det som påverkar diskursen utifrån, det vill säga strukturer och samhällsfenomen som inte nödvändigtvis ingår i de diskurser som vi författare redogjort för i analysens andra steg. Dessa strukturer och samhällsfenomen yttrar sig i ideologier som villkorar diskursens genomslag och utformning. Genom att blottlägga vilka dessa ideologier, strukturer och fenomen är anser vi författare att vi kan närma oss svaret på *varför* Sverigebildens utformas som den gör på SI Paris. En princip för den här sista nivån av analysen är att makt utövas *genom* diskurs. Att makt verkar genom diskurs innebär att diskurser latent agerar som representanter för befintliga maktförhållanden och därigenom reproducerar dem (jfr Fairclough 2001, ss. 46–57). Detta tredje steg av analysen utgår från de fyra kategorier av Sverigebildens som de två föregående analysstegen har baserats på. Dessa är: det innovativa Sverige, det icke-elitistiska Sverige, det ansvarstagande Sverige samt det historiskt och karaktärsmissigt sammanhållna Sverige.

### Det innovativa Sverige

Att framhålla Sverige som ett innovativt land är en del i konstruktionen av det progressiva Sverige, som vi författare har redogjort för i de tidigare analysstegen. Som vi författare förstår denna konstruktion reproduceras och befästs dess giltighet i olika former av politiska, ekonomiska och sociala faktorer i omvärlden. Därmed kan man tala om Sverigebildens som ett verktyg för maktutövning *genom* diskurs.

Det innovativa Sverige framställs i SI Paris utställningar som en naturlig del av en svensk identitet. Men den bör förstås som ideologiskt villkorad och har förgreningar i en marknadsanpassad logik som villkorar idén om ett säljbart Sverige. Det innovativa framhålls som något, som per definition är positivt och eftersträvansvärt vilket innebär att även den marknadsanpassade logiken i förlängningen kan anses som en naturligt sund och god kraft i samhället. Detta konstruerar förutsättningar för meningskapande som innebär att det är svårt att urskilja vad som är logik och vad som är ideologi eftersom det förra villkoras av det senare. Vad som framstår som en logisk Sverigebild är då att betrakta som i grunden ideologisk. Alldeles oavsett på vilka premisser ett påstående om marknadsanpassad logik som sunt och gott kan bekräftas eller avfärdas kan själva principen för logikens förankring i diskursen sägas vara blottlagd. Poängen är att det som verkar genom diskursen, alltså Sverigebildens, kan förstås som ideologiskt villkorat och är inte som en naturligt uppkommen samhällsordning. Det som framstår som den logiska samhällsordningen är istället att betrakta som *naturaliserat*, det vill säga socialt konstruerat (jfr Fairclough 2001, s. 87). Att idén om det säljbara Sverige framstår som naturlig kan då ses som en konsekvens av en social konstruktion som på ekonomistiska grunder definierar samhällsprogression som likställt med ekonomisk tillväxt. Vad som framstår som *rätt* sätt att framställa Sverige på beror således på vilka idéer som framstår som *rätt* sätt att tänka kring samhälls-

progression som mål med Sverigefrämjandet. I detta fall tycks *rätt* sätt vara att låta en redan rådande maktstruktur reproduceras.

Svensk kultur framställs som progressiv bland annat genom sin koppling till så kallade kreativa näringar. Därigenom spelar svenskt näringsliv en viktig roll som medskapare i Sverigebildens konstruktion. Sverigebildens betoning på det innovativa kan alltså på sätt och vis förstås som ett politiskt instrument för ekonomisk utveckling. Det innovativa syftar helt enkelt till att motivera Sverigebildens som en bild av ett gott samhälle som är progressivt och nytänkande och med det marknadsföra Sverige. Som fallet är med marknadsföring generellt syftar Sverigebildens i viss mån till att erbjuda potentiella kunder vad de vill ha och i det här fallet är den potentiella kunden omvärlden. Att särskilja Sverige som innovativt är då också att anpassa Sverige efter vad omvärlden vill att Sverige ska vara. Precis som vi författare kan urskilja det innovativa Sverige som en anpassning efter marknadslogiker kan vi även urskilja en anpassning efter omvärldens förväntningar på Sverige och svenskhet. Det unikt svenska är då, något paradoxalt, att betrakta som utomståendes föreställningar om svenskhet i likhet med de principer för auto- och xenostereotypers verkan på nationella självbilder som Musiał (1998) beskriver. Sverige skiljs ut ur mängden genom att anpassas därefter.

Det innovativa Sverige är också resultatet av en klichéartad föreställning om Sverige och svenskhet som både grunden för och konsekvensen av vissa personligheter, branscher och samhällslösningar som vunnit omvärldens uppmärksamhet. Den svenska innovationen speglas såväl i August Strindberg gärning, som i svensk modeindustri och i folkhemstanken. Dessa, till synes något splittrade, exempel på innovation kan dock länkas samman genom idén om att samtliga ger uttryck för en svenskhet i och med kontexten de presenteras i. Sverige och svenskhet tillskrivs på så vis en innovativ ådra som kan härledas till andra svenskar och andra svenska branscher eller samhällslösningar oavsett om den är representativ eller ej. Att svenskheten i sin tur framstår som en naturlig särskiljning från andra nationaliteter är därtill en annan social konstruktion som har sin grund i historiska skeenden med rötterna i nationalismens framväxt.

## Det icke-elitistiska Sverige

Som vi författare har visat i de tidigare analysstegen framställs Sverige som ett icke-elitistiskt land vilket, i likhet med det innovativa Sverige, går att härleda till förståelsen av Sverige som progressivt. Det progressiva ska här förstås som en aktiv strävan att frånga en traditionell och exkluderande syn på kultur och kulturellt värde. Genom att länka samman idéer om nationella karaktärsdrag och politisk vilja (exempelvis idéerna om folkhemmet) kan vi författare tala om formuleringen av ett icke-elitistiskt Sverige som en *naturaliseringsprocess*, för att återanvända Faircloughs terminologi (jfr. Fairclough 2001, s. 87). Detta eftersom kopplingen mellan svenskhet och jämlikhet framställs som närmast naturlig. Här blottläggs således klichéartade föreställningar som grunden till Sverigebildens konstruktion. Föreställningar som anspelar på Sverige som ”världens mest jämställda land” används i förmedlingen av Sverigebildens och genom att associera sådana föreställningar till svensk samhällsutveckling underbyggs det som något positivt och naturligt. Det som ställs ut *tvingas* leva upp till detta och spelar på så vis en biroll då narrativet redan är förutbestämt. Det har redan konstruerats kring ”sanningen” om Sverige och svenskhet som naturligt jämlikhetsivrande.

Sverige framställs, som vi diskuterat tidigare i analysen, enligt de förväntningar som finns på Sverige som nation och svenskhet som begrepp. Dessa utgörs bland annat av föreställningen om svenskar som konsensusinriktade och Sverige som ett icke-hierarkiskt samhälle (jfr. Svenska Institutet & United Minds 2012; Musiał 1998). Anledningen till att diskursen om det icke-elitistiska Sverige reproduceras genom SI Paris utställningsverksamhet kan då sägas bero på att omvärlden förväntar sig den och därigenom, enligt en nyinstitutionell princip, också deltar i reproduktionen och befastandet av den som en giltig och sann Sverigebild (jfr. Jönsson et al. 2011, ss. 86–87). Det icke-elitistiska Sverige konstrueras och reproduceras genom att det förväntas och på så vis också begränsar alternativa tolkningar av Sverige och svenskhet. Att exempelvis genomföra en utställning som poängterar svensk elitism blir i den här kontexten inte bara opassande, sett till SI Paris uppdrag, utan skulle antagligen förstås som ett undantag som bekräftar regeln om det icke-elitistiska Sverige, vilket förstås som den ”sanna” Sverigebilden.

SI Paris strävar också efter att uppfylla de förväntningar som finns på en kulturinstitution avseende konstnärlig kvalitet. Vi författare menar att denna strävan tillsammans med den icke-elitistiska Sverigebilden kan förstås som paradoxal. Att sträva efter att uppfylla de kriterier som åläggs en kulturinstitution med högt anseende kan sägas villkoras av att institutionen också reproducerar de samhällliga strukturer som möjliggör *rätt* definitioner konst och kvalitet. Det är något som kan relateras till Bourdieu och Darbels teorier kring *kulturellt kapital* (jfr. Bourdieu & Darbel 1970, s. 81).

Här ser vi författare alltså ett samband mellan att äga kulturellt kapital och att vara aktiv *i maktens tjänst* (jfr. *ibid.*; Fairclough 2001, s. 64). De som redan äger kulturellt kapital är de som i detta fall får sitt tolkningsföretråde reproducerat. På så vis kan SI Paris sägas agera i maktens tjänst. Det blottlägger en princip som innebär att de samhällsgrupper vilkas tolkning konstnärligt värde bygger på får sitt tolkningsföretråde giltigförklarat och därmed reproducerat. Samtidigt som SI Paris kan sägas motverka delar av detta förfarande genom att ställa ut en viss kulturell bredd så återskapas samtidigt dessa strukturer genom en strävan att anpassa institutionen efter ett befintligt ramverk för vad som utgör god konst. Således spelar två olika, och i viss mån tvärsgående, sociala faktorer en avgörande roll för förmedlingen av Sverigebilden. Dels en progressiv idé om och rörelse mot ett breddat kulturutbud, dels en reproducerande idé och praktik som bygger på ett traditionellt tolkningsföretråde för vissa samhällsgrupper avseende vad som är konstnärligt värde. Det icke-elitistiska Sverige bör således förstås som en socialt villkorad ”sanning” som återspeglas i SI Paris kulturella utbud. Detta utbud präglas dock av viss splittring mellan vad som betraktas som konstnärlig kvalitet och ett brett utbud.

## Det ansvarstagande Sverige

Det ansvarstagande Sverige lyfts fram som ett led i konstruktionen av Sverige som ett progressivt land. Som vi författare har påpekat i det förra analyssteget lyfter SI Paris fram vissa politiska lösningar, exempelvis välfärdssamhället, för att stärka denna konstruktions logik. Detta påverkar hur Sverige uppfattas och hur svenskar uppfattar sig själva, vilket enligt en nyinstitutionell princip, fungerar som en bekräftelse och en reproduktion av Sverigebildens konstruktion (jfr. Jönsson et al. 2011, ss. 86–87).

Bilden av Sverige som ett ansvarstagande land skapas och återskapas genom dels klichéer, dels genom en önskan om att uppfattas på ett visst sätt. Dessa klichéer bildar ett samspel med de ideologier som ligger bakom konstruktioner av Sverige

som ett ansvarstagande land. Vi har visat i de tidigare analysstegen att SI Paris till exempel framhåller Sverige som ett land där barnets bästa står i fokus och där det finns spetskompetens avseende hållbar samhällsplanering. Detta tillsammans med redan etablerade stereotyper om Sverige som ett jämställt och miljömedvetet land utgör tillsammans en konstruktion av Sverige som ett framtidsland. Det kan sägas ha en bakomliggande ideologisk grund genom att det gagnar Sverige som nation på flera plan, dock inte nödvändigtvis på alla. Genom att lyfta fram vissa specifika värden som extra viktiga intar andra värden en mer perifer position och den positiva Sverige-bilden kan på så vis sägas ha en ideologisk grund. Sverige framträder som en långsiktig samarbetspartner och den ideologiska grunden går således att förklara som en anpassning till ett marknadsekonomiskt system.

I fråga om miljömedvetenhet fyller framhävandet av svenska lösningar, som världen behöver, en direkt ekonomisk funktion. Svenskt näringsliv vinner på att Sverige förknippas med positiva värden som dessa då de kan förlängas till att även associeras med svenska företag. Återigen är det naturliga att betrakta som konstruerat då framhävandet tycks fylla en konkret funktion i samtiden, direkt relaterat till specifika sociala frågor. Den svenska miljömedvetenheten ställs ut som en logisk konsekvens av ett essentialistiskt svenskt levnadssätt och kan således sägas vara en kliché. Det svenska levnadssättet är således att betrakta som konstruerat eftersom det skapas i ett samspel mellan redan existerande föreställningar om hur det är och en önskan om hur man vill uppfattas. Genom att ta ansvar såväl socialt och ekonomiskt som ekologiskt framstår Sverige både som en pålitlig samarbetspartner och en förebild, i likhet med vad Musiał menar att Sverige har varit sedan 1930-talet. Det är då att betrakta som en reproduktion av en positiv mytbildning kring Sverige och svenskhet (jfr. Musiał 1998, ss. 21–24; s. 56).

## Det historiskt och karaktärsnämnt sammanhållna Sverige

Bilden av det historiskt och karaktärsnämnt sammanhållna Sverige som vi författare menar att SI Paris konstruerar genom sin utställningsverksamhet har flera olika förtecken. Som vi författare påpekat i analysens andra del är Sverige-bilden sprungen ur olika klichéer som skapats och återskapats kring Sverige som nation och de bygger på att idén om nationen är och förblir giltig.

Att framhålla Sverige som en sammanhållen nation är en fortsättning på ett historiskt nationsbygge som gynnar Sverige på många plan. Sverige framställs inte bara som svenskt av egen hävd, utan också på historiska premisser. Detta underbygger den essentialistiska förståelsen av nationsbegreppet som logisk konstruktion, och de bakomliggande logikerna förstärks genom att de kopplas till historien. Som tidigare nämnts finns många historiska kopplingar till hur svenskheten ser ut, vilka fysiska attribut den bär och hur dessa attribut kan särskiljas. Som vi författare tidigare visat har SI Paris på ett effektivt sätt och med viss elegans spunnit en röd tråd mellan historien och samtida svensk kultur genom sin utställningsverksamhet, inte minst när det gäller hållbar arkitektur och innovativ design. Ett exempel på detta är hur SI Paris visar politiska lösningar som Folkhemmet och svensk kompetens inom hållbar arkitektur i samma utställning för att diskutera framtidens boende och samhällsplanering. Det är ett sätt att upprätta en länk mellan dåtid, nutid och framtid. Att visa framtidens design genom Karin och Carl Larssons, på sin tid, banbrytande stil följer samma mönster. Dessa berättartekniker förmedlar en bild av ett land som av historisk hävd innehaft dessa kompetenser och på så vis utgör ett trovärdigt alternativ för den som antingen ska bygga ett hållbart hus, eller inreda

sitt hem med framtidens (stilmässigt hållbara) design. Detta går att återknyta till SI Paris uppdrag att väcka intresse och förtroende för Sverige eftersom att vara en sammanhållen historisk och karaktärsnärlig enhet skapar förtroende. Det skänker även en stabilitet som inte bara är lättare att förmedla utan även lättare att göra begriplig.

Att framhålla en nation som en sammanhållen enhet komprimerar alltså nationen. Vi författare menar att SI Paris, genom att komprimera Sverige till en Sverigebild, möjliggör konstruktionen av Sverige som en säljbar produkt. I en globaliserad värld där gränser luckras upp har svenskheten inte en *plats*, den kan istället förstås som en rad olika värden och egenskaper som gemensamt kan sägas utgöra det svenska. Ett företag kan till exempel vara svenskt för att det bygger på ett svenskt arv eller en svensk idé trots att all produktion sker utomlands. Att påtala det svenska i en verksamhet kan då ses som en identitetshandling som bygger på att sammanföra verksamheten med vissa positiva attribut. Det ”svenska” i sammanhanget är beroende av att det finns en sammanhållen enhet som känns igen som svensk. Att attributen som förknippas med det svenska framhålls som positiva baseras på ideologiska grunder, med såväl nationalistiska som marknadsekonomiska förtecken. På så vis blir svenskheten urskiljbar och begriplig i den globala kontexten, men också anpassad efter ett tydligt syfte; att göra Sverige till en välvärdad och säljbar produkt. Det gör reproduktion av Sverige som en sammanhållen enhet väsentlig i dubbel bemärkelse.

Den logiska konstruktionen av nationsbegreppet har utvecklats genom auto- och xenostereotyper, genom klichéer av vad Sverige är men också utifrån en önskan om vad Sverige vill vara. Det finns både historiska och ideologiska skäl till detta och det går att återknyta till Anderson som menar att museer har en funktion som en masskommunikatör av ett narrativ som kan föra samman folk och land i en *föreställd gemenskap*. Detta i sin tur relaterar till ett förtäckt maktutövande där vissa strukturer framställs som logiska (Anderson 2006, ss. 182–183; jfr. Fairclough 2001, s. 64). Vi författare menar att SI Paris, med sin makt över narrativet kan sägas bidra till att reproducera en sådan föreställd gemenskap genom Sverigebildens. Den är således att betrakta som både en produkt och producent av en föreställd gemenskap som i sin tur bidrar till att latent reproducera samhällsliga strukturer. Då själva stommen i SI Paris verksamhet är nationalstaten, i och med att Sverigebildens definieras i relation till den, menar vi författare att SI Paris verksamhet i sig kan förstås som ideologiskt villkorad då den reproducerar nationalstatens giltighet.

## Slutsatser och slutdiskussion

I detta avslutande kapitel kommer vi författare att presentera våra slutsatser och föra en diskussion kring dessa. Meningen är att studiens syfte ska besvaras härunder och för att göra detta konkret har vi valt att dela upp våra slutsatser efter våra forskningsfrågor. I slutdiskussionen utvecklar vi våra egna tankar kring studiens slutsatser och hur vi ser på SI Paris utställningsverksamhet och uppdrag i relation till de Sverigebilder som därigenom produceras och reproduceras. Kapitlet innehåller även en reflektion kring vidare forskning.

### Slutsatser

*Hur ser Sverige bilden, som ställs ut på SI Paris, ut?*

Sverige bilden som förmedlas genom SI Paris utställningsverksamhet kan sägas formulera olika utsagor om Sverige som nation och svenskhet som begrepp. Vi författare har identifierat fyra huvudkategorier, vilka tillsammans relaterar till idén om Sverige som ett progressivt land: det innovativa Sverige; det icke-elitistiska Sverige; det ansvarstagande Sverige samt det historiskt och karaktärsfyllt sammanhållna Sverige. Dessa kategorier förstås av oss författare som diskurser som uttrycker en Sverige bild som framhåller Sverige och svenskheten som positiva krafter i världen.

Med ett brett utbud i utställningsverksamheten, sett till både innehåll och tematik, skapas utsagor som gemensamt utgör Sverige bilden. Genom att framhålla olika exempel på svensk designindustri, svenska konstnärskap och enskilda svenska individers gärningar som nyskapande utmålas Sverige som en innovativ nation. Det breda utbudet i sig menar vi författare är ett sätt att framhålla Sverige som en icke-elitistisk nation vilket också är en ambition som går att utläsa i intervjuerna. Sverige framställs också som ett ansvarstagande och moraliskt föredömligt framtidsland genom att ett engagemang och en lösningsinriktad hållning i miljö- och samhällsfrågor framställs som svenska egenskaper. Därtill framställs även Sverige som en historiskt och karaktärsfyllt sammanhållna nation genom att röda trådar spinns mellan historiska skeenden och svensk samtid. Vi författare menar att SI Paris förmedlar ett narrativ som bidrar till att definiera Sverige som nation och deras utställningsverksamhet ses därigenom som en aktiv del av produktionen och reproduktionen av en svensk identitet.

*Vad säger den utställda Sverige bilden om Sverige och vad gör det med den diskursiva synen på svenskhet?*

Sverige bilden, så som den ställs ut på SI Paris, kan alltså sammanfattas i det innovativa, icke-elitistiska, ansvarstagande samt historiskt och karaktärsfyllt sammanhållna Sverige. Det är genom nämnda kategorier som Sverige framhålls som



progressivt, som ett föredöme och en positiv kraft i världen. Dessa kategorier menar vi författare utgör diskurser vilka tillsammans utgör en konstruktion av det progressiva Sverige. Genom att beskriva Sverige som både innovativt och som en historisk enhet spinns röda trådar som tar Sverige in i framtiden på historiska grunder. Detsamma gäller för utsagor om Sverige som ett ansvarstagande och icke-elitistiskt land. Sverige kan sägas vara på det ena eller det andra sättet av historisk hävd och svenskarna och den svenskhet de bär på och representerar kan förklaras med liknande belägg.

Tidigare forskning har dessutom visat att uppfattningen om Sverige som ett gott samhälle och ett föredöme har anor som sträcker sig många decennier bakåt i tiden. Härigenom skapas en historisk giltighet kring narrativet som framställer Sverige som en historiskt och socialt intakt enhet. Den ”sanning” och logik som formuleras kring Sverige och det svenska reproduceras genom detta. Idén om det progressiva Sverige konstruerar härigenom en svensk essens som utgör en narrativ utgångspunkt i kommunikationen med kulturhusets besökare. Den diskursiva synen på svenskhet kan härigenom sägas villkorad av en historisk konstruktion och en essentialistisk förståelse av svenskhet vilka i sin tur kan förstås som både en produktion och en reproduktion av klichéartade föreställningar.

#### *Varför ser den utställda Sverige bilden ut som den gör?*

Varför Sverige bilden ser ut som den gör har flera bakomliggande ideologiska anledningar. Vi författare har försökt att identifiera dessa genom att redogöra för de olika diskurser som uttrycks genom Sverige bilden. Vi författare menar också att dessa diskurser går att förklara som i sin tur påverkade av icke-diskursiva faktorer som villkoras av olika bakomliggande ideologier. Som redogjorts under föregående forskningsfråga framställer SI Paris Sverige som ett i grunden progressivt land med hjälp av olika essentialistiska formuleringar och socialt konstruerade klichéer. Vi författare menar alltså att detta är en praktik som kan sägas förmedla en ideologiskt villkorad Sverige bild. En av de bakomliggande ideologierna handlar om att anpassa förmedlingen efter en marknadsekonomisk modell och därigenom framställa Sverige som en säljbar produkt. Detta är i sig ingen stor överraskning då SI:s uppdrag är att väcka intresse och förtroende för Sverige, vilket ligger nära ett rent marknadsföringsuppdrag.

Vi författare menar alltså att de studerade utställningarna på kulturhuset kan förstås som baserade på ideologiskt villkorade förståelser vilka begränsar verksamhetens narrativa spelutrymme i grunden. Ideologier kan ses som ett uttryck för en politisk retorik (något vi har redogjort för i kapitlet om tidigare forskning) förklädd som ett logiskt eller naturligt synsätt. Sverige bilden på SI Paris kan, vid sidan den marknadsekonomiska ideologin, relateras till en nationalistisk ideologi. Denna införlivas i och villkorar publikens meningsskapande genom SI Paris utställningspraktik. Att den bygger på uppfattningen att nationalstaten är att betrakta som en logisk konstruktion, kan förbises och döljas för betraktaren med hjälp av diskursernas verkan. Idén om nationalstaten som ett logiskt och naturligt sätt att dela in världen lever härigenom vidare och dess giltighet stärks. Paradoxalt nog är det en globaliserad värld som avkräver oss tydligt definierade nationella essenser. För att hävda sin plats i världen måste man urskilja sig i den.

## Slutdiskussion

Under arbetet med denna uppsats har vi författare tänkt mycket kring hur en institution som SI Paris kan arbeta med att visa upp Sverige bilden utan att fastna i vissa normativa fällor. Det är givetvis så att den progressiva Sverige bilden inte per definition är problematisk, att aktivt sprida det som man anser vara goda svenska exempel kan tvärtom vara något positivt och viktigt. Vad som däremot kan upplevas som problematiskt är vad den progressiva Sverige bilden bär med sig i form av klichéer och stereotypa föreställningar om svenskhet.

Att utifrån en socialkonstruktivistisk förståelse problematisera de essentialistiska tendenser som villkorar förmedlingen av Sverige och svenskhet har varit en av denna uppsats utgångspunkter. Vi författare menar att det är ett sätt att angripa förståelsen av hur Sverige både uppfattas och förmedlas utomlands. Då essentialistiska tendenser cementerar det innehåll som Sverige bilden ska fyllas med, bör dessa blottläggas och diskuteras. De kategorier som utgör mallen för det innehåll Sverige bilden ska fyllas med blir då lätt förgivettagna och kan i förlängningen upplevas som förutbestämda. På så vis förstås Sverige som innovativt eller ansvarstagande för att det är den tesen man från förmedlarens sida vill bevisa. Det omöjliggör att ett alternativt meningsskapande.

De essentialistiska tendenserna kan även sägas få konsekvenser för hur svenskhet definieras. Om svenskheten beläggs genom historiska kopplingar vilka långt ifrån alla verkliga svenskar (det vill säga de som är bosatta inom Sveriges gränser och/eller har svenskt medborgarskap) kan leva upp till blir svenskheten exkluderande. SI Paris ägnar sig därigenom åt en historieskrivning som bekräftar och befäster klichéartade idéer om Sverige och svenskhet som sanna. Det ”svenska” exkluderar i detta sammanhang nysvenskar eller de som inte ser typiskt svenska ut; de som inte överrensstämmer med klichébilden, den blonda och blåögda, som uppfattas som synonym med Sverige. Gemenskapen och den sociala enheten som målas upp kan då snarare förstås få en omvänd effekt. Den svenskhet som kommer till uttryck i utställningarna kan då närmast likställas med det flaggviftande som SI Paris, enligt uppgift i intervjustudien, ska undvika då andra klichébilder kan sägas vara likvärdigt laddade med nationell symbolik.

I sammanhanget är det dock viktigt att påpeka att SI Paris verksamhet är utformad efter ett uppdrag som i sig självt kan sägas omöjliggöra ett problematiserande av nationsbegreppets essentialistiska tendenser. SI Paris ska arbeta med att främja Sverige vilket gör institutet beroende av nationsbegreppet, både som geografisk avgränsning och som en socialt accepterad konstruktion. Detta kan sägas vara grundläggande för hela uppdraget: Hur skulle SI Paris kunna marknadsföra något som inte går att definiera? Det ska således inte förstås vara SI Paris uppgift att ifrågasätta nationen som konstruktion, men det omöjliggör inte att ett mer kritiskt förhållningssätt till nationalstaten som idé synliggörs.

En viktig aspekt för denna uppsats tillvägagångssätt är metodvalet och hur vi författare förhåller oss till det. Att göra en kritisk diskursanalys är användbart då det innebär att vi som författare kan inkludera många olika materialformer och teoretiska angreppssätt som bas för analysen. Det gör att vi kan sägas skapa ett forskningsobjekt genom våra urval med avseende på material och teorier. Därigenom kan vi sägas se det vi vill se då vi utgår från att det i SI Paris utställningsverksamhet existerar diskurser som kan kopplas till samhällseliga strukturer och ideologier. De diskurser som vi väljer att blottlägga är således att betrakta som konstruerade av studiens metodologiska förhållningssätt och kan därmed sägas vara relativa. Men vi författare

visar dock hur det som utvinns ur materialet på ett påtagligt sätt påverkar meningsskapandet kring Sverige som nation och svenskhet som begrepp. Det menar vi stärker studiens relevans men också dess vetenskapliga giltighet. Däremot beror tolkningen av dessa diskursers verkningar alltid på vem som analyserar och på dennes förförståelse och uppsåt med analysen.

I denna studie kan vi se att SI Paris delvis utformar sin verksamhet i relation till omvärldens förväntningar och att Sverige bilden på så vis skapas och återskapas efter vad omvärlden förväntar sig av Sverige. Detta görs, och har gjorts, genom att redan etablerade klichéer om Sverige ständigt nyttjas i det Sverigefrämjande arbetet. Vi författare finner detta föga förvånande då det är en princip som gäller så gott som allt nationellt främjandearbete. För att väcka intresse och förtroende för Sverige är redan etablerade klichéer och andra stereotypa bilder ett effektivt sätt att nå ut. Det är helt enkelt enklare att ta till sig en bild som motsvarar ens förväntningar. Sett i förhållande till att Sverigefrämjandet syftar till att visa upp ett progressivt Sverige kan detta tillvägagångssätt dock ifrågasättas. Att förmedla Sverige bilden genom redan etablerade klichéer kan knappast sägas vara en progressiv handling (i den meningen att progressiva handlingar syftar till att vara nyskapande), även om innehållet framställer Sverige som ett progressivt land. För om Sverige bilden ständigt ska relatera till ett Sverige som motsvarar det en utlandspublik förväntar sig blir SI Paris låsta i sitt arbete. Förväntningar kan förpliktiga, men de kan samtidigt sporra till att utmana med nya angreppssätt.

Om främjandet ska leva på seglivade klichéer måste dessa klichéer vara rättvisa och rättvisande och problemet är att det motsäger klichéernas själva funktion. I förlängningen blir en Sverige bild som bygger på stereotypa föreställningar alltid orättvis mot dem som inte passar in, de som inte är del av majoritetskulturen. Vi författare menar att det finns alternativa sätt att tolka hur uppdraget med att formulera en progressiv Sverige bild kan bedrivas. Då utgångspunkten i det praktiska arbetet med Sverige bilden kan förstås som ett framhållande av hur Sverige på olika vis är bäst riskerar man att gå man miste om hur kulturen faktiskt kan bidra till att alstra nytänkande och skapa dialog. Vi författare ser valet av tematik för Sverige bilden som en konsekvens av en diskurs där viss samhällsutveckling definieras som positiv framför andra. Vi ser dock inga tecken på att SI Paris utställningsverksamhet inte skulle bidra till att väcka intresse för Sverige. Däremot kan vi anta att SI Paris i huvudsak lockar intresse bland vissa, redan kulturellt väletablerade, samhällsgrupper. Samhällsnyttan av Sverigefrämjandet kan då kokas ned till att handla om att bidra till ökad turism och nya investeringar i olika delar av svenskt näringsliv.

Man bör i relation till detta fråga sig om kulturhuset kan bidra till samhällsutvecklingen på andra sätt. I dagsläget är kulturhusets fokus en närmast odelat positiv Sverige bild, men vi författare menar att även ett omvänt fokus skulle vara möjligt; att blottlägga vissa svagheter kan bjuda in till nytänkande och konstruktiva utbyten av idéer. Då SI Paris betonar det kulturella utbytet mellan Sverige och Frankrike som en kärna i verksamheten, menar vi författare att det finns fler sätt att belysa detta på än vad kulturhuset gör i dagsläget. Ett alternativt sätt att tänka kring det kulturella utbytet mellan Sverige och Frankrike är att det fördjupas och förbättras genom att SI Paris vågar ta upp problem som det franska samhället kan relatera till. Ett spontant förslag på sådan problematik är att skildra hur både Frankrike och Sverige brottas med att storstadsförorter med jämna mellanrum sätts i brand av unga arga män. Här ser vi författare kulturen som en potentiellt betydelsefull meningsskapare och en verkligt progressiv kraft. Kanske är det så att framhållandet

av det svenska föredömet inte alltid är att betrakta som ett föredömligt sätt att visa upp Sverige-bilden.

### Vidare forskning

Under arbetet med denna uppsats har vi författare märkt att forskning som berör Sverige-främjande i allmänhet och SI i synnerhet är tämligen begränsad. Då detta är ett ämne som berör många delar av samhället tycker vi författare att det är märkligt att det inte engagerat fler vetenskapliga discipliner och resulterat i mer forskning. Ämnet är till stora delar vigd åt det samhällsvetenskapliga forskningsfältet då det är direkt relaterat till praktisk politik. Vi har med denna studie adderat ett kulturvetenskapligt och museologiskt perspektiv till Sverige-främjandet som företeelse, vilket vi menar tillför en djupare förståelse av Sverige-främjandet och uppfattningar om Sverige och svenskhet. Hur Sverige uppfattas av andra, både nationellt och internationellt, har med jämna mellanrum studerats inom samhällsvetenskapen, men hur uppfattningar uppstår, vilka samhälleliga strukturer de relaterar till och vad det säger om Sverige och svenskhet är perspektiv som saknas. Därför anser vi författare att detta är något som borde studeras ytterligare. Fler ansatser till att blottlägga olika former av diskurser i den politiska praktiken borde göras. Vår förhoppning är att denna uppsats kan fungera både inspirerande till, och som en ren kunskapskälla i, vidare forskning.

# Litteraturförteckning

Anderson, B. (2006). *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. Rev. ed. London: Verso

Arter, D. (1999). *Scandinavian politics of today*. Manchester: Manchester University Press

Beauvoir, S de. (2002). *Det andra könet*. Stockholm: Norstedts

Bennett, T. (1995). *The Birth of the Museum: history, theory, politics*. London: Routledge

Bergström, G. & Boréus, K. (red.) (2005). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys. 2., [omarb.] uppl.* Lund: Studentlitteratur

Bourdieu, P. & Darbel, A. (1970). Museerna och deras publik. I Sandström, S. (red.) *Konstsociologi: konstsociologiska texter*. Lund: Gleerup, ss. 65–113

Carr, D. (2003). *The promise of cultural institutions*. Walnut Creek, CA: AltaMira Press

DiMaggio, P. J. (1991). Construction an organizational field as a professional project, U.S. art museum, 1920–1940. I Powell, W.W. & DiMaggio, P. J. (red.) (1991). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press. ss. 267–292

Fairclough, N. (2001). *Language and power*. 2.ed. Harlow: Longman

Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: the critical study of language*. 2. ed. Harlow: Longman

Glover, N. (2009). Imaging community: Sweden in "cultural propaganda" then and now. *Scandinavian journal of history* (Print). 2009(34):3, ss. 246–263

Glover, N. (2011). *National relations: public diplomacy, national identity and the Swedish Institute 1945–1970*. Diss. Stockholm: Stockholms universitet, 2011

Hall, P. (2008). Flaggor och loggor. Nationer och organisationer som imaginära gemenskaper. I Lundberg, U. & Tydén, M. (red.). *Sverigebilder. Det nationellas betydelse i politik och vardag*. Stockholm: Institutet för framtidsstudier. ss. 131–152

- Härstedt, K. (2009). *Nedläggning av svenska kulturhuset i Paris*. Skriftlig fråga, Sveriges riksdag 2008/09:1051. Tillgänglig via Riksdagens hemsida: [http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Fragor-och-anmalningar/Fragor-for-skriftliga-svar/Nedlaggning-av-Svenska-kulturh\\_GW111051/](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Fragor-och-anmalningar/Fragor-for-skriftliga-svar/Nedlaggning-av-Svenska-kulturh_GW111051/)
- Jepperson, R.L. (1991). Institutions, institutional effects, and institutionalism. I Powell, W.W. & DiMaggio, P. J. (red.) (1991). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press. ss. 143–163
- Johansson, M. (2014). *Nathalia Edenmont på Sven-Harrys (konstmuseum)*. <http://konsten.net/nathalia-edenmont-pa-sven-harrys-konstmuseum/> [2015-05-21]
- Jönsson, L.E., Persson, A. & Sahlin, K. (2011). *Institution*. 1. uppl. Malmö: Liber
- af Kleen, B. (2005). Konst av kaniner. "Som mat för själen". *Sydsvenskan*, 2 juni.
- Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur
- Lantz, A. (1993). *Intervjumetodik: den professionellt genomförda intervjun*. Lund: Studentlitteratur
- Lennartsson, C. (2005). Discourse and Institution in LIS and policy analysis I *Svensk Biblioteksforskning*, 2005(15): 1. ss. 17–31
- Lidchi, H. (2013). The poetics and the politics of exhibiting other cultures. I Hall, S. Evans, J. & Nixon, S. (red.) (2013). *Representation*. 2. ed. London: SAGE. ss.120–191
- Lundberg, L-O. (2005). *Bilder av Sverige i utlandet [Elektronisk resurs]: en studie i förändringar, nuläge och mätmetoder*. Stockholm: Utrikesdepartementet
- Lundberg, U. & Tydén, M. (2008). Sverigebilder. En introduktion. I Lundberg, U. & Tydén, M. (red.). *Sverigebilder. Det nationellas betydelse i politik och vardag*. Stockholm: Institutet för framtidsstudier. ss. 9–28
- Musiał, K. (1998). *Tracing roots of the Scandinavian model: image of progress in the era of modernisation*. Berlin: Humboldt-universität
- Nämnden för Sverigefrämjande i utlandet, NSU. (2009). *Progressiv kommunikation i praktiken*. Solna: Svenska Institutet. Tillgänglig via Svenska Institutets hemsida: <https://si.se/wp-content/uploads/2012/12/Progressiv-kommunikation-i-praktiken.pdf>
- Persson, H. (2015). *Existence*. <http://www.nathaliaedenmont.com/existence/> [2015-05-21]
- Regeringen. (2015)a. *Sveriges Främjandepolitik*. <http://www.regeringen.se/sb/d/10697> [2015-04-20]

- Regeringen. (2015)b. *Kulturråd i utlandet*. <http://www.regeringen.se/sb/d/6073> [2015-04-20]
- Regeringen. (2015)c. *Handel och främjande*. <http://www.regeringen.se/sb/d/10588> [2015-04-28]
- Regeringen. (2015)d. *Nämnden för Sverigefrämjande i utlandet*. <http://www.regeringen.se/sb/d/3028/a/146544> [2015-04-20]
- Riksställningar. (2014). *Museerna och mångfalden: en analys av hur den svenska museisektorn kan stödja och ta vara på utvecklingspotentialen i det mångkulturella Sverige* (Rapport 2014:11) Visby: Riksställningar. Tillgänglig via Riksställningars hemsida: [https://www.riksutstallningar.se/sites/default/files/documents/Rapport\\_Mangfald\\_Digital.pdf](https://www.riksutstallningar.se/sites/default/files/documents/Rapport_Mangfald_Digital.pdf)
- Svenska Institutet. (2009). *SI motsätter sig nedläggningen av svenska kulturhuset i Paris*, Pressmeddelande 2009-06-17. Tillgängligt via Mynewsdesk: <https://www.mynewsdesk.com/se/si/pressreleases/si-motsaetter-sig-nedlaeggnig-av-svenska-kulturhuset-i-paris-302823> [2015-05-15]
- Svenska Institutet & United Minds. (2012). *Den svenska modellen: Synen på den svenska samhällsmodellens relevans i omvärlden*. Solna: Svenska Institutet. Tillgänglig via Svenska Institutets hemsida: <https://si.se/wp-content/uploads/2013/02/Den-svenska-modellen.pdf>
- Svenska Institutet. (2014)a. *Årsredovisning 2013 För Sverige i världen*. Tillgänglig via Svenska Institutets hemsida: <https://si.se/wp-content/uploads/2014/01/Svenska-institutets-arsredovisning-2013.pdf>
- Svenska Institutet (2014)b. *Sverige bilden 2014: resultat och slutsatser*. Stockholm: Svenska Institutet. Tillgänglig via Svenska Institutets hemsida: <https://si.se/wp-content/uploads/2014/06/Sverigebilder-2014.pdf>
- Svenska Institutet. (2015)a. *Sverige bilden utomlands*. <https://si.se/verksamhetsomraden/sverigebilden-utomlands/> [2015-05-14]
- Svenska Institutet. (2015)b. *Kulturpolicy*. <https://si.se/om-si/strategi-och-prioriteringar/kulturpolicy/> [2015-02-24]
- Svenska Institutet. (2015)c. *Om SI Paris*. <https://parissv.si.se/praktisk-information/om-si-paris/> [2015-02-24]
- Svenska Institutet. (2015)d. *Uppdrag och finansiering*. <https://si.se/om-si/uppdrag-och-finansiering/> [2015-02-16]
- Svenska Institutet. (2015)e. *Organisation och ledning*. <https://si.se/om-si/organisation-och-ledning/> [2015-03-23]

Svenska Institutet. (2015)f. *Strategi och prioriteringar*. <https://si.se/om-si/strategi-och-prioriteringar/> [2015-02-13]

Utrikesdepartementet. (2013). *Regleringsbrev för budgetåret 2014 avseende Svenska Institutet*. Stockholm: Utrikesdepartementet. Tillgänglig via Ekonomistyrningsverkets hemsida: <http://www.esv.se/Verktyg--stod/Statsliggaren/Regleringsbrev/?RBID=15960>

Utrikesdepartementet. (2014). *Regleringsbrev för budgetåret 2015 avseende Svenska Institutet*. Stockholm: Utrikesdepartementet. Tillgänglig via Ekonomistyrningsverkets hemsida: <http://www.esv.se/Verktyg--stod/Statsliggaren/Regleringsbrev/?RBID=16162>

Vergo, P. Introduction. I Vergo, P. (red.) (1989). *The new museology*. London: Reaktion, ss. 1-5

Vetenskapsrådet. (u.å). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Vetenskapsrådet: Elanders Gotlab. Tillgänglig via Vetenskapsrådet hemsida: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

Werner, J. & Björk, T. (2014). *Blond och blåögd: vithet, svenskhet och visuell kultur = Blond and blue-eyed : whiteness, Swedishness, and visual culture*. Göteborg: Göteborgs konstmuseum

Widdowson, H. G. (2004). *Text, context, pretext: critical issues in discourse analysis*. Malden, MA: Blackwell

\*För primärkällor se Bilaga 2.



# Bilagor

## Bilaga 1. Intervjuguide

Eftersom vår studie handlar om att undersöka utställningsverksamheten på SI Paris så kommer intervjun att rikta in sig på den. Meningen med intervjun är att du ska svara på frågorna utefter din yrkesroll och dina arbetsuppgifter, men du får givetvis vara personlig om du så önskar!

### Intro

- Berätta vem du är och vilka som är dina arbetsuppgifter på SI Paris!
- Hur länge har du haft de arbetsuppgifter du har nu?
- Hur länge har du arbetat på SI Paris?
  
- Hur skulle du beskriva utställningsverksamheten här på SI Paris? (Hur ska vi förstå er?)

### Urval till publik verksamhet

- Hur görs urvalet till utställningarna och är det ni som producerar dem?
- Hur påverkar kulturhusets övriga verksamhet utställningsarbetet? Hur mycket samverkar ni? (Är någon verksamhet prioriterad framför andra?)

### Innehåll i utställningarna

- Vad bestämmer innehållet i utställningarna (politiska, ekonomiska, “andra” aspekter)?
- (Hur förhåller ni er till sponsring? Hur beroende är utställningsverksamheten av extern finansiering?)
- Upplever du att det finns något som ni inte kan ställa ut (innehållsmässigt)?

### Uppdrag

- På vilka sätt anser du att utställningsverksamheten på SI Paris bidrar till att “sprida information och kunskap om Sverige”?
- Enligt dig, vad har SI Paris för roll i relation till resten av organisationen (Stor-SI)?
- (Ni arbetar ju med svensk kultur, men ni verkar inte efter de kulturpolitiska målen. Hur resonerar du kring det?)

### Uppfattningar om Sverige bilden

- Vad vill ni att jag som (utomnordisk?) besökare ska få med mig härifrån?

## Bilaga 2. Referenstabell

I denna tabell återfinns referenserna till den tabell i vilken vi redovisar de pressmeddelanden som ingår i vårt material. Då dessa inte finns förtecknade enligt ett enhetligt system anser vi att detta är det mest överskådliga sättet att göra det. På SI Paris är dessa pressmeddelanden arkiverade i ett mappsystem inordnat i pärmar. Detta arkiv är främst till för internt bruk varför det inte är ordnat efter det allmänna arkivsystemet eller med korrekta diarienummer. Myndighetens SI:s arkiv i Stockholm ska normalt sett ha allt material som berör hela myndigheten SI, men då de inte hunnit förteckna allt material som använts i studien har vi valt att referera till materialet efter SI Paris interna arkiv. Deras system bygger på att varje pressmeddelande läggs i en mapp som sedan får ett eget nummer. Dessa redovisas i tabellen nedan med *Mappnummer SI Paris*. I vissa fall har samtliga utställningar under en och samma period placerats i samma mapp, till exempel om utställningen förlängts till Café Suédois. I några enstaka fall har pressmeddelanden inte funnits i SI Paris interna arkiv, då har vi fått vända oss till SI Paris hemsida. Dessa pressmeddelanden redovisas i tabellen nedan med aktuell hemsidaadress. Då SI i Stockholm endast har förtecknat material fram till 2007 finns bara arkivförteckning till några enstaka pressmeddelanden. För dessa är arkivbildaren *Svenska Institutet i Paris 1964–2012* och de redovisas i tabellen tillsammans med mappnumret från det interna arkivet.

Det är viktigt att påpeka att allt vårt material faller under offentlighetsprincipen vilket betyder att vem som helst har rätt att begära ut materialet och på så vis på tillgång till det. För att förenkla denna eventuella procedur har vi valt att i tabellen nedan ta med utställningens namn samt datum.

Nr	Utställningens namn	Period	Referens
1	Maria Holmer Dahlgren	12 feb. – 3 maj, 2015	Mappnummer SI Paris: 417
2	<i>Plus que de la pub!</i>	12 feb. – 3 maj, 2015	Mappnummer SI Paris: 416
3	<i>Un rêve s'il en fut jamais</i> Tuija Lindström	14 nov., 2014 – 18 jan., 2015	Mappnummer SI Paris: 415
4	<i>Felicia Blohm</i> (Café Suédois)	14 nov., 2014 – 18 jan., 2015	Mappnummer SI Paris: 415
5	<i>Swedish fashion goes Paris</i>	25 sep. – 19 okt., 2014	Mappnummer SI Paris: 414
6	<i>Slow Art</i>	10 maj – 13 juli, 2014	Finns tillgänglig elektroniskt via SI Paris hemsida: <a href="https://paris.si.se/agenda/slow-art/">https://paris.si.se/agenda/slow-art/</a> [2015-04-14]
7	<i>Identités en mouvement: Cinq voix samies contemporaines</i> Katarina Pirak Sikku Liselotte Wajstedt	12 feb. – 20 april, 2014	Finns tillgänglig elektroniskt via SI Paris hemsida: <a href="https://paris.si.se/agenda/identites-en-mouvement-cinq-voix-samies-">https://paris.si.se/agenda/identites-en-mouvement-cinq-voix-samies-</a>

	Anders Sunna Joar Nango Silje Figenschou Thoresen		<a href="#">contemporaines/</a> [2015-04-14]
8	<i>Máze</i> Céline Clanet (Café Suedois)	12 feb. – 20 april, 2014	Finns tillgänglig elektroniskt via SI Paris hemsida: <a href="https://paris.si.se/agenda/celine-clanet-maze/">https://paris.si.se/agenda/celine-clanet- maze/</a> [2015-04-14]
9	<i>2 x Paris</i> JH Engström / CHR Strömholm	14 nov., 2013 – 12 jan., 2014	Mappnummer SI Paris: 413
10	<i>Barrön</i> Gregory Bricourt (Café Suédois)	14 nov., 2013 – 12 jan., 2014	Mappnummer SI Paris: 413
11	<i>Sens dessus dessous</i>	3 maj – 20 okt., 2013	Mappnummer SI Paris: 412
12	<i>Une artiste, deux lieux: Homo Capax</i> Mårten Medbo	15 feb. – 21 april, 2013	Mappnummer SI Paris: 411
13	<i>Distances Différentes</i> Denise Grünsten, Julia Hetta, Martina Hoogland Ivanow, Julia Perione, Elisabeth Toll	7 nov., 2012 – 27 jan., 2013	Mappnummer SI Paris: 410
14	<i>L'image d'August Strindberg</i> August Strindberg	4 maj – 14 okt., 2012	Mappnummer SI Paris: 409
15	<i>La vie n'est pas pour les amateurs</i>	7 feb. – 15 april, 2012	Mappnummer SI Paris: 408
16	<i>Existence</i> Nathalia Edenmont	8 nov., 2011 – 22 jan., 2012	Mappnummer SI Paris: 407
17	<i>Svenskt Tenn: Un classique du design</i>	9 sep. – 23 okt., 2011	Mappnummer SI Paris: 406
18	<i>Les enfants d'abord</i>	13 maj – 17 juli, 2011	Mappnummer SI Paris: 405
19	<i>Relier les mots</i> Annika Baudry, Per-Anders Hübner, Johanna Røjgård Sjöberg (Café Suédois)	10 feb. – 24 april, 2011	Mappnummer SI Paris: 404
20	<i>Les étoiles s'en balancent</i> Jockum Nordström	10 feb. – 24 april, 2011	Mappnummer SI Paris: 403
21	<i>Tio fotografer - le collectif</i>	9 nov., 2010 – 23 jan., 2011	Mappnummer SI Paris: 402

22	<i>Nordic Delight</i>	9 sep. – 24 okt., 2010	Mappnummer SI Paris: 401
23	<i>Sigvard Bernadotte</i> (Med verk av bl.a Prins Carl-Philip)	7 maj – 18 juli, 2010.	Mappnummer SI Paris: 400
24	<i>10-gruppen</i> (Café Suédois)	7 maj – 18 juli, 2010	Mappnummer SI Paris: 400
25	<i>Le temps du corp...</i> Johanna Billberg, Annika Eriksson, Maria Friberg, Andreas Gavell- Mohlin, Andreas Gedin, Lars Stillberg	19 feb. – 18 april, 2010	Mappnummer SI Paris: 399
26	<i>... et en corps</i> (Café Suédois)	19 feb. – 18 april, 2010	Mappnummer SI Paris: 399
27	<i>Skog/Forêt</i>	13 nov., 2009 – 24 jan., 2010	Mappnummer SI Paris: 398
28	<i>Moments heureux / Lyckliga stunder</i> Lilian Bäckman (Café Suédois)	13 nov., 2009 – 24 jan., 2010	Mappnummer SI Paris: 398
29	<i>Instantanés</i> Anna Bjerger och Jenny Källman	18 sep. – 25 okt., 2009	Mappnummer SI Paris: 397
30	<i>Joanna Hellgren</i> (Café Suédois)	18 sep. – 25 okt., 2009	Mappnummer SI Paris: 397
31	<i>Mais où va le design suédois? de Karin et Carl Larsson à Front</i>	6 maj – 26 juli, 2009	Mappnummer SI Paris: 396
32	<i>Archi DURABLE, d'un modèle à une vision</i>	13 feb. – 19 april, 2009	Mappnummer SI Paris: 395
33	<i>I love Borås!</i> Lars Tunbjörk	9 nov., 2008 – 25 jan., 2009	Mappnummer SI Paris: 394
34	<i>Svensk</i> Sylvestre Meinzer (Café Suédois)	9 nov., 2008 – 25 jan., 2009	Mappnummer SI Paris: 394
35	<i>La Croisée des Regardes</i>	19 sep. – 26 okt., 2008	Mappnummer SI Paris: 393
36	<i>Une modernité révélée</i> Hilma af Klint	11 april – 27 juli, 2008	Mappnummer SI Paris: 392
37	<i>Les Maisons Rouges - l'histoire d'un couleur</i>	9 nov., 2007 – jan., 2008	Mappnummer SI Paris: 391
38	<i>Bruno Mathsson</i>	8 sep. – 29	Mappnummer SI Paris: 383

		okt., 2006	I SI Stockholms arkiv: F2:80, Ha 2127
39	<i>Malmö &gt; Marais</i>	våren 2006	Mappnummer SI Paris: 381 I SI Stockholms arkiv: F2:78, Ha 2121
40	<i>Eau</i> Simon Häggblom & Karin Lind	15 sep. – 28 okt., 2004	Mappnummer SI Paris: 368 I SI Stockholms arkiv: F2:74, Ha 2105
41	<i>Gerry Johansson och Ann Jansson</i>	16 sep. – 8 okt., 2004	Mappnummer SI Paris: 367 I SI Stockholms arkiv: F2:74, Ha 2106
42	<i>Susanna Hesselberg</i>	16 sep. – 28 okt., 2004	Mappnummer SI Paris: 366 I SI Stockholms arkiv: F2:74, Ha 2106
43	<i>Attendant</i> Regina Virserius	16 sep. – 28 okt., 2004	Mappnummer SI Paris: 365 I SI Stockholms arkiv: F2:74, Ha 2108
44	<i>Balancing Acts /Jeux d'Equilibre</i>	11 maj – 14 juli, 2004	Mappnummer SI Paris: 364 I SI Stockholms arkiv:
45	<i>L'excellence des étiquettes de vin</i> Björn Dawidsson (foto) Lars Torstensson och Greger Ulf Nilsson (design)	19 sep. – 1 dec., 2002	Mappnummer SI Paris: 345 I SI Stockholms arkiv: F2:70, Ha 2073
46	<i>Folklore Fashion par Dawid</i> Björn Dawidsson	19 sep. – 1 dec., 2002	Mappnummer SI Paris: 344 I SI Stockholms arkiv: F2:69, Ha 2067
47	<i>Prix Design Suédois 2002</i>	19 sep. – 24 nov., 2002	Mappnummer SI Paris: 343 I SI Stockholms arkiv: F2:72, Ha 2083
48	<i>Klas Katt</i> Gunnar Lundkvist	23 jan. – 14 april, 2002	Mappnummer SI Paris: 339 I SI Stockholms arkiv: F2:68 Ha 2055
49	<i>La Passion</i>	23 jan. – 14 april 2002	Mappnummer SI Paris: 338 I SI Stockholms arkiv: F2:68 Ha 2055
50	<i>Chères enfants - des hommes, des enfants et de l'égalité des chances en Suède.</i> Ulla Lemberg	22 sep. – 5 nov., 2000	Mappnummer SI Paris: 324 I SI Stockholms arkiv: F2:67, Ha 2024
51	<i>La collection Khalili et ses textiles de la Scanie</i>	17 mars – 4 maj, 2000	Mappnummer SI Paris: 321 I SI Stockholms arkiv: F2:64, Ha 1974

### Bilaga 3. Arbetsfördelning

I arbetet med uppsatsen har vi haft en jämn arbetsfördelning. Den mest relevanta litteraturen har vi båda läst i omgångar. Texten har ofta författats enskilt för att sedan redigeras gemensamt. Detta är ett tidskrävande moment, men vi anser att det har fallit ut väl. Då vi inte arbetat tête-à-tête har vi varit uppkopplade mot ett gemensamt dokument där vi följt och kommenterat varandras skrivprocess. Diskussioner har föranlett resonemangen och textens olika inriktningar och utgångspunkter. Av praktiska skäl har vissa delar av arbetsprocessen delats upp mellan oss författare. Linnéa har haft huvudansvaret för översättningar från franska och Karl har haft huvudansvar för transkribering av intervjuer.