

Återbruk av det industriella kulturarvet i kulturarvsindustrin

Ett landsbygdsperspektiv

Per Strömberg

Institutt for økonomi og IT, Universitetet i Sørøst-Norge.

E-post: per.stromberg@usn.no.

Abstract

This paper aims to examine adaptive reuse of the industrial heritage in the Swedish countryside from the point of view of four different values within the heritage process: experiential values, economic values, symbolic values, and values of human dignity. How do they correlate with each other? Adaptive reuse of buildings as a strategy has had a great impact on urban development. What about initiatives on the countryside? Can the urban success criteria be easily transferred to rural areas?

The survey shows that initiatives largely derive from local driving forces – not from real estate developers, as in urban areas. Prices of land are cheaper on the countryside. In return, the businesses are often dependent on a certain basis for tenants and visitors who can cover maintenance and operation. The municipality, public funding and EU-funds play an important role as support. Often, the post-industrial building complexes adapted to new functions are often used as a figurehead and a symbol for regional creativity, attractiveness and place making in a similar way to larger cities. However, more than being economically successful as cultural businesses, they may have a greater value for the countryside as «cultural gravity centres» for self-understanding and cultural significance for the local community, not least for those people who previously had their workplace at these sites. The most culturally, aesthetically and economically sustainable examples of rural reuse are those that succeed in balancing these four values while establishing contact with the outside world.

Keywords:

- *adaptive reuse*
- *architectural studies*
- *experience economy*
- *heritage industry*
- *industrial heritage*
- *visual culture studies*

Det har skett en kulturpolitisk förskjutning i förhållningssättet till kulturarv under de senaste trettio åren, från bevarande av nationella monument till bruk av kulturarvet i samtiden. Vissa fall, som exempelvis industrisamhällets kulturarv, har gått från att vara en ekonomisk och kulturell «belastning» till att bli en tillgång för skolundervisning, tillväxt och regional utveckling. Det

bebyggda industriarvet utgör numera en betydande kulturell infrastruktur för såväl landsbygd som stad. Idag ses det industriella kulturarvet som en självklar resurs för kulturliv, marknadsföring, platsutveckling och kreativa industrier. Men mycket har hänt sedan 1970-talet då avindustrialiseringen påbörjades, så var befinner vi oss idag?

Denna artikel behandlar det industriella kulturarvet i kulturindustrin, specifikt återbruket av industrianläggningar, utifrån två problemställningar. Den första handlar om vilka värden som är förbundna med återbruk (en. adaptive reuse) och om vilken roll byggnaderna själva spelar för historiebruk. Diskussionen illustreras av fyra kortfattade svenska fallstudier i syfte att belysa olika värdeperspektiv på historiebruk, vilka etnologen Birgitta Svensson (2005) delar in i två kulturpolitiska spänningsfält. Enligt Svensson ställs ofta materiella värden mot moraliska värden: å ena sidan (1) upplevelsevärde och (2) tillväxtvärde, som är centrala värden i den nya ekonomin, samt (3) symbolvärde och (4) människovärde, vilka är knutna till minnespolitik å den andra. Hon ställer sig retoriskt även frågan om dessa värden är förenliga. Min ambition är att belysa denna problemställning i ljuset av senare års kulturpolitik. Är denna tvåsidiga konflikt konstruerad? Samspekar dessa värden eller finns det en inneboende svårlöst konflikt mellan dem? I spåren av finansiella neddragningar på kulturarvsområdet, har turismens marknadslogik tagit överhand? Och omvänt, är autenticitet och historiska värden mer outhärliga för framgångsrikt kommersiellt bruk av industriarvet än vad man först kan tro?

Den andra problemställningen handlar om skillnaden mellan postindustriellt återbruk i landsbygdsområden och den i större städer, vilka vanligtvis brukar få stor uppmärksamhet. Återbruk eller nybruk av byggnader har haft stor betydelse för utvecklingen av urbana miljöer. Urvalet av fallstudier är därför tänkt att spegla initiativ utanför storstäderna. På vilket sätt skiljer sig urbant återbruk från det på landsbygden? Är det möjligt att överföra urbana succékriterier av återbruk till landsbygden?

Studier av det industriella kulturarvet

Bruket av «industrisamhällets kulturarv» eller «industriarvet» har belysts i ett flertal skrifter sedan 1970-talet. Dess materiella kultur kan ge oss viktiga insikter i det förgångnas skiftande sociala funktioner i avindustrialiserade regioner. Att studera den ekonomiska och sociokulturella omvandlingen av industrianläggningar hjälper oss också att bättre förstå dess flerbottnade föreställningsvärld och de praktiker som de kulturella och politiska eliterna utövar i en region.

Det svenska forskningsfältet på området formades tidigt av Gunnar Silléns (1978) och Marie Nissers (1979) skrifter om industriminnen, men det är först efter millennieskiftet som detta kulturarv har fått en mer nyanserad genomlysning (t.ex. Alzén och Burell 2005; Jönsson och Svensson 2005; Silvé och Isacson 1999; Isacson och Nisser 2012). Dessa antologier sammanfattar de senaste decenniernas akademiska samtal och utveckling på området. I ett internationellt sammanhang refereras det ofta till studier såsom Alfrey och Putnam (1992), Stratton och Trinder (1997), och Edensor (2005) då det industriella kulturarvet diskuteras. Medan den tidigare litteraturen överlag beskriver och definierar industriarvet, så fokuserar den sentida litteraturen snarare på kulturarvsprocessen, maktperspektiv och hur kulturarvet har kommit i bruk igen i form av arbetslivsmuseer, besöksmål eller lokaler för andra typer av produktion.

Kulturarvet är det vi minns eller vill minnas i nutiden – eller det vi inte har glömt, inte vill eller kan glömma. Därför kan man se kulturarvet som en process där olika institutioner och personer aktivt väljer ut minnen, traditioner och associationer ur historien för att bruka dem i samtiden i olika syften. *Industrisamhällets kulturarv* definieras som «sambandet mellan bland annat den byggda miljön, traditioner och

levnadsskick, historiskt dokumenterade händelser och vittnesmål, föremål och produktionsprocesser», medan *industriarv* syftar i snävare betydelse på «materiella och immateriella lämningar direkt knutna till den industriella produktionen, dvs. byggnader, föremål, transportleder, miljöer och bevarade handlingar i arkiven samt människors hågkomster av arbetet i verkstäder och fabriker av vardagslivet på industriorter» (Isacson 2005:50).

Oavsett vilken definition man utgår ifrån så har det existerat en slagsida inom kulturarvsforskning mot det materiella industriarvet för vilken byggnaderna av naturliga skäl utgör de mest konkreta lämningarna. Industrihistoria handlar lika mycket om det forna arbetslivet som byggnaderna själva, men det finns en tendens att låta det materiella kulturarvet och dess industribyggnader bli historiebärande på bekostnad av de aktiviteter som en gång ägde rum i dessa lokaler (Isacson 2005). Industribyggnader uppmärksammas ofta för sina «skalegenskaper». Dessa är en förutsättning för kreativt återbruk, vilket den följande diskussionen kommer att röra sig kring.

Denna flerfallstudie har tydliga komparativa drag (Johansson 2000) med en presentation av fyra exempel på återbruk av industribyggnader på landsbygden: designhotellet *Fabrik Furillen* på Gotland, destilleriet *High Coast Distillery* i Ådalen, konsertscenen *Dalhallen* i Dalarna, samt «inlevelsemuseet» *Verket* i Bergslagen. Det empiriska materialet bygger på såväl primärt (intervjuer; observationer på plats) som sekundärt (litteraturkällor; policydokument och programförklaringar; utredningar; inventeringar; hemsidor och artiklar på Internet) källmaterial, vars mångfald gagnar en triangulering av materialet. Urvalet har styrts av insikten att fallen förmodas vara nycklar till djupare förståelse, i synnerhet fall där det finns ett genomarbetat upplägg eller

koncept, där större investeringar är gjorda, samt fall som har varit i medialt blickfång under de senaste två decennierna. Fallstudierna fyller en instrumentell funktion (det vill säga att exemplen i viss mån är utbytbara) i syfte att belysa de inledningsvis omnämnda värdeperspektiven. Även om det i retoriskt syfte har lagts tonvikt på *ett* värdeperspektiv för varje exempel i presentationen, så är det klart att sociala, kulturella och ekonomiska perspektiv på kulturarvet har samtidig betydelse men i varierande grad.

Det är framför allt det sociokulturellt betydelsebärande som är i blickfånget för denna studie, med andra ord hur det bebyggda industriella kulturarvet ges mening för kollektiva identiteter, platsutveckling och varumärkesbyggande. Undersökningens ansatser gör den till en studie inom området *culture studies* med kulturanalys som metod. Här sätts såväl institutionella som individuella utsagor och handlingar, samt bebyggelsemiljöns materialitet och spatialitet, in i en socialkonstruktivistisk kontext där föreställningar och identiteter kommuniceras och bearbetas i socialt handlande (Ehn och Löfgren 2001:9). Återbruk behandlas här som ett kulturhistoriskt fenomen som samtidigt kommer i uttryck i form av livsstilskonsumtion och visuell kultur, i såväl artefakter som den kulturellt betingade blicken (jfr. *visual culture studies*). Av den anledningen är observationer på plats en fundamental del av metoden för att förstå den post-industriella estetiken.

Studien rör sig även inom området kritiska kulturarvsstudier i vilken Laurajane Smith (2006) är en framträdande representant. Hennes diskursanalytiska begrepp «authorized heritage discourse» passar i hög grad in i sammanhanget då vart och ett av de fyra värdeperspektiven kan sägas vara noder runt om vilka diskussionerna förs om kulturarvets mening och funktion för samtiden. Att problematisera dessa perspektiv i

praxis och deras inbördes relation är därför av högsta vikt för en kritisk kulturarvsstudie med målet att upprätthålla diskussionen kring bruket av det industriella kulturarvet i kulturarvsindustrin.

Det industriella kulturarvet i kulturarvsindustrin

Som en teoretisk upptakt till flerfallstudien är det på sin plats att ge en kulturhistorisk bakgrund till de värdeperspektiv som inledningsvis omnämns och som också kommer till uttryck i återbruk av det industriella kulturarvet. De står i relation till varandra och förenar fallstudierna i det avseendet att de är sprungna ur samma strukturella omvandlingar, används för platsutveckling och som källor för kreativitet, samt manifesterar sig i postindustriell estetik och livsstilskonsumtion.

I min mening kan de fyra värdeperspektiv som Svensson pekar på till syvende och sist härledas till spänningsfältet mellan kultur och ekonomi, som förvisso alltid har haft en tät koppling men som i någon mån har fått ett allt tätare samband, alternativt allt högre intensitet, i «den nya ekonomin» (se Löfgren 2001; 2005). Detta gäller i allra högsta grad även synen på kulturarvet som under 1990-talet omformulerade målsättningen till att «bevara och bruka kulturarvet» i motsats till 1970-talets kulturpolitiska mål att «bevara och levandegöra äldre tiders historia». Enligt det nya synsättet skall kultur och kulturarv aktivt brukas som en resurs för olika ändamål i samtiden (Grundberg 2004). Enligt Peter Aronsson (2004; 2005) utgår dagens bevarandestrategier i hög utsträckning från ett normativt perspektiv. Kulturarvet har fått en allt tydligare instrumentell funktion och anses vara en allt viktigare strategisk, pedagogisk och kommersiell utvecklingsresurs, en råvara för bland annat destinationsutveckling. Detta ska ses mot bakgrunden av en växande till-

tro till kulturarvet som motor för regional utveckling. Kultur får allt som oftast ett positivt värde om den uttrycks i termer av «utveckling», och kulturarv en positiv klang om det kan generera attraktivitet, turism och aktivitet, vilket alla fyra fallstudier pekar på.

Begreppet «kulturarvsindustri» (en. heritage industry) är på sätt och vis en funktion av rörelsen i riktning mot historiebruk. Det introducerades i det akademiska samtalet redan på 1980-talet genom företrädesvis Robert Hewisons civilisationskritiska bok *The Heritage Industry* (1987) där han kritiserar kulturarvets förflockning på grund av dess museifiering och nostalgiska framställningar (Smith 2007). Idag används begreppet främst då kulturarvet ses i sammanhang med turism. Vad det industriella kulturarvet beträffar, handlar det främst om hur kulturhistoriska arbetslivsmuseer och industrimiljöer har blivit attraktioner inom turistindustrin vars kännetecken är standardisering och kommersialisering.

Kulturarvsindustrin anknyter även till en äldre civilisationskritisk diskussion om kulturens kommersialisering som företrädesvis initierades av Adorno och Horkheimer (1944). Samtidigt har suffixet «-industri» i olika varianter fått en positiv klang utanför det akademiska samtalet i främst anglosaxiska och nordiska länder efter lanseringen av Joseph Pine och James Gilmores bok *The Experience Economy* (1999) och som i Sverige föranledde nationella satsningar på upplevelseindustrin genom KK-stiftelsens försorg. 00-talet var det årtiondet då kultur förlöstes och välsignades som näring med upplevelser som ledord och slutprodukt. I kölvattnet av IT-krisen 2001, fyllde upplevelseindustri och design tomrummet efter IT-teknologin och dess funktion som framtidsbild (Strömberg 2007).

Det industriella kulturarvet i kulturarvsindustrin handlar inte bara om historisk och

antikvarisk minnespolitik i spåren av avindustrialisering. Det rör sig också om hur en industri har avlöst en annan i termer av «kreativ förstörelse» (en. *creative destruction*) för att anknyta till Schumpeters (1908) nationalekonomiska teori om de förändringsprocesser som åtföljer essentiella ekonomiska eller teknologiska landvinningar.

Redan 1995 identifierade Svensson och Adolfsson tre grundmotiv vilka ofta är knutna till strävan efter att utveckla «de kreativa näringarna», dvs. yrken och aktiviteter med konstnärligt eller kreativt skapande i centrum: (1) identitetsarbete/socialt kapital; (2) näringsliv/sysselsättning, samt (3) attraktivitet/befolkning och företag. Enligt Hans Mommaas (2004) är ambitionen att finna nya bruk för gamla byggnader och övergivna platser som en central strategi för utveckling av kreativa kluster vid sidan av att stimulera ett mer entreprenöriellt närmande till konst och kultur, samt att förstärka platsers identitet, attraktionskraft och marknadsposition. Tanken är vanligtvis att nedlagda fabriker och industrianläggningar ska erbjuda nya kreativa rum åt kulturnäringarna. För att signalera kopplingen mellan de forna industriella aktiviteterna på platsen, återanvänds inte bara byggnadskroppen utan även dess benämning. Fabriken/verket/verkstaden/etc. blir epitet för nya verksamheter (t.ex. Dieselverkstaden och Färgfabriken i Stockholm eller Kulturfabriken i Skövde och Mjällom).

Namnen är också ett verktyg för att kommunicera nyskapande och kreativitet. De är tydliga markeringar som ska inge associationer till industriell produktion och distribution, såsom smältdeglar för konst och kultur. Många av dessa blir materialiserade visioner och symboler för förnyelse under tider av strukturella samhällsförändringar och utpräglad livsstilskonsumtion. Här tenderar landsbygden imitera upp-

märksammade projekt i urbana områden och praktiker som härrör från subkulturer utanför den kreativa industrins definierade verksamhetsområden. *The Factory*, Andy Warhols visionära konstnärsstudio var under 1960-talet ett slags tillkännagivande för den alltigenom pågående gentrifieringsprocessen av Manhattan. Som Sharon Zukin (1982) konstaterat är det just bohemer och konstnärer som Warhol som är först på plats att ta i bruk nedlagda fabrikslokaler och uttjänta industribyggnader, tack vare de låga hyrorna (en. «the rent gap») och stora ljusinsläpp som lämpar sig bra för såväl utställningar som konstproduktion. Warhol var tidigt ute med att länka samman konst och reproduktionsteknologi, det som Walter Benjamin (1935) förfäktar i sin skrift *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. Industriell reproduktion av konst – både vad gäller innehåll och tillverkning – har förändrat de sätt som vi betraktar konst och konstnärlig originalitet, men också hur vi ser på vardagliga föremål och industriella miljöer med estetisk blick.

Återbruk som postindustriell estetik

Warhols kreativa förhållningssätt bygger i hög grad på en postmodernistisk tendens inom konsten att omdefiniera artefakter, att låna uttryck och förändra betydelsen hos kulturella produkter, slogans, bilder och modeelement och placera in dem i ett nytt kulturellt sammanhang, så kallad *appropriering*. *To appropriate* (en.) är att lägga beslag på något. Kulturell «appropriering» kan likaså vara ett effektivt sätt att uttrycka ett ställningstagande som avviker från en dominerande ideologi. Appropriering är därför central för konstnärernas kritik av samtiden och ett sätt att formulera visioner för en alternativ framtid (Sturken och Cartwright 2001). Idag är appropriering en väl etablerad konstnärlig praxis som appliceras på ständigt nya användningsområden (Evans

2009; Schneider 2006). De sätt på vilka byggnader och utrymmen byggs om och får nya funktioner idag är analoga med det modernistiska avantgardets konstnärliga praktiker inom kategori «readymades» eller «found objects». Readymades är anspråkslösa och vardagliga fabriksstillverkade föremål som konstnären väljer ut, modifierar och ställer ut som konst, som exempelvis världens första readymade, Marcel Duchamps utställda pissoar från 1914 (Evans 2009).

Vårt omvärderade förhållningssätt till gamla industribyggnader bär spår av detta konstbegrepp, dvs. hur vi ser estetisk potential i massstillverkade vardagliga föremål och skräp vilket även gäller uttjänta industrimiljöer. I överförd betydelse kan «readymade space» alternativt «found space» fungera som en teoretisk metafor eller fond för att beskriva och analysera återbruk. Readymade spaces är sprungna ur massproduktion och bär samma attribut av serialitet, prefabricering och standardisering som i Duchamps konst. De är både massproducerade rum (utifrån prefabricerade element och standardiserade ritningar) och byggnader där massproduktion ägt rum (Strömberg 2013).

Man kan även betrakta återbruk i skenet av marxistisk värdeteori. Det finns en pragmatisk sida av en produkt som ger den dess mest elementära värde, ett «bruksvärde», som Karl Marx uttrycker det (se Harvey 2010). På liknande sätt kan man tala om ett «återbruksvärde», där en återanvänd produkt precis som en nytillverkad sådan tillgodoser vissa fundamentala behov. Detta återbruksvärde omfattar också sociokulturella aspekter i form av symboliskt kapital (byggnaden som tecken) som likaledes kan omvandlas till ekonomisk förtjänst (det Marx kallar för växelvärde). Detta blir särdeles tydligt i större städer där kapitalet tenderar att överge platser bara för att återvända senare när de är helt nedslitna, då den

marginella förtjänsten av återinvesteringar blivit större än avkastningen på annat håll. Med andra ord, fastighetsbranschen profiterar på områden som har blivit subkulturellt uppgraderade. Inte sällan är konstnärer och bohemer (en. first gentrifiers) de första att överta övergivna eller nedgångna områden och industrilokaler, varpå andra mer kapitalstarka krafter följer efter (Zukin 1982). Detta gäller i huvudsak för urbana miljöer, men hur ser det ut på landsbygden?

Svante Beckman (2005) ser två ytterligheter i «preserverande» bruk av det byggda industriarvet. Den ena ytterligheten finner vi som ovan beskrivet i urbana miljöer där höga fastighetsvärden och starka intressenter gör bevarande av industrianläggningar problematiska om de inte kan fyllas med ett innehåll med ekonomisk bärkraft. Ofta måste produktionsapparaten och historisk kontext överges till förmån för estetiska uppgraderingar av miljön där man i vissa fall låter mindre maskinparker vara kvar som attribut som kan signalera en tidigare historia och besjåla den alternativa användningen av historiska byggnadskomplex.

Den andra ytterligheten menar Beckman är betecknande för avfolkningsbygder, i ruinerna av den traditionella europeiska tillverkningsindustrin som sedermera har utlokaliserats till låglöneländer. En del av det enorma byggnadsbeståndet kan i vissa fall inlemmas i den museala besöksnäringen även om de ekonomiska förutsättningarna ofta är utmanande. Stora, långsiktiga och växande underhållskostnader samt hög konkurrens om besökare gör att många arbetslivs- och industrimuseer har stora utmaningar framför sig. Även här ligger lösningen att hitta nya användningsområden för industribyggnaderna. Fördelen är de låga fastighetspriserna, vilka möjliggör nya initiativ. Många anläggningar ligger också i natursköna områden, ibland sjö-nära läge,

vilket är ett värde i sig. Nackdelen är att övergivna industrianläggningar på landsbygden är förhållandevis omfattande, t.ex. massfabriker, gruvor, järnbruk och sågverk, vilket begränsar återbrukets möjligheter och användningsområden. Här är det i stället mindre anläggningar som kan komma på tal.

I detta sammanhang är det av särskilt intresse för analyserna huruvida kulturella värden kan konverteras från symboliskt till ekonomiskt kapital och vice versa, inom en övergripande «kulturell ekonomi», som enligt Paul du Gay och Michael Pryke (2002) implicerar kulturell preferens, smak och gemensamma övertygelser och dess inverkan på ekonomiska resultat. Etnologen Robert Willim (2008) har skildrat återupptäckten av industrisamhället och populariseringen av det, från Bernd och Hilla Bechers fotografiska skildringar av industrimiljöer till återbruket av dem. Det vilar ofta en aura kring övergivna miljöer, som i likhet med 1700-talets ruinetestetik appellerar till melankoliska känslor och nostalgi. Willim har fångat dessa emotionaliserings- och estetiseringsprocesser med formuleringen «industrial cool». Det centrala i hans begrepp är den distansering som det innebär att annektera övergivna industrimiljöer som ursprungligen var både farliga och ohälsosamma. Förutsättningen är ett slags «kulturell sortering» – en representationens politik – där negativa konnotationer av industriell verksamhet ersätts med förskönade sådana. Distanseringen innefattar också ett reflexivt och kreativt förhållningssätt till de utmönstrade industrilokalerna, hur man kan stöpa om dem med nya funktioner. Denna distansering är framträdande i den första fallstudien vars huvudsakliga betydelse är dess upplevelsevärde.

Upplevelsevärde: Från kalkbrott till designhotell

Den första fallstudien avhandlar Fabriken Furillen som består av en samling utrangeerade verkstadslokaler i anknytning till ett nedlagt kalkbrott längs gotländska ostkusten som idag inrymmer ett minimalistiskt designhotell med asketisk modernism som estetisk förebild. Den gamla travershallen, verkstaden och spolhallen inrymmer idag lobby, bar, bageri, matsal, samt konferens- och hotellrum.

Fram till 1970-talet bedrevs kalkstensindustri på Furillen parallellt som det under lång tid var militärt skyddsområde. I slutet av 1990-talet upptäckte fotografen Johan Hellström att platsen passade bra som scenografi för fotografering. Ön kunde erbjuda allt från industriell storstadskuliss till tundra, urskog och sandstrand. Samtidigt blev det gamla stenbrottet och verkstadsbyggnaden till salu varpå Hellströms familjeföretag köpte området av cementföretaget CEMENTA AB och Försvaret. De anpassade successivt byggnadskomplexet till hotellverksamhet och kunde därigenom erbjuda husrum åt gästande fotografer.

Entreprenören för Fabriken Furillen har på olika sätt knutit en rad formgivare och designvarumärken till projektet. Hotellkonceptets tema – skandinavisk design – har styrt urvalet av möbler och teknisk apparatur. Resultatet är ett omfattande konglomerat av exklusiva designprodukter och varumärken. Affärsidén har i grova drag gått ut på att låta Fabriken Furillen fungera som visningslokal för designprodukter mot ekonomiska gentjänster och byteshandel med sina samarbetspartners.¹ Här är det oplanerade mötet mellan produkt och konsument av stor vikt för trovärdigheten då produkterna figurerar tillsammans i en iscensatt miljö. Vid samarbete mellan varu-

1. Personlig kommunikation med Johan Hellström 2005-08-16. Se även Strömberg 2007.

Reklambild från Fabriken Furillen. Här gapar fortfarande vissa av betongbyggnaderna tomma. Inne i den gamla verkstadslokalen hänger exklusiva Steltonlampor av formgivaren Erik Magnussen i traverskranarnas krokar. Designad minimalism sammansmälter med fossilen från den industriella epoken i en kulturell alkemi som blandar det höga med det låga, det exklusiva med det prosaiskt industriella. Lika mycket som det handlar om ruinetestetik, rör det sig om återupptäckten av en modernistisk maskinestetik.
Foto: Johan Hellström, 2005.



märkesprodukter och värdmiljö spelar också samstämmigheten dem emellan en betydelsefull roll för trovärdigheten, att företagen och deras produkter har en liknande framtoning och estetisk nimbus.

Det postindustriella uttrycket i kombination med alla designföremål i en naturskön omgivning gör upplevelsevärdet till det mest essentiella vid denna typ av återbruk. Samtidigt var det här på Furillen som sektion 33 av Svenska Grof- och fabriksarbetareförbundet grundades som en reaktion mot närmast livegenskapsliknande arbetsvillkor. Företaget förbjöd facklig organisering och krävde arbetsdagar på tio timmar med obligatorisk övertid vid utlastning, samt att gifta arbetares hustrur skulle städa i arbetarbostäderna och arbeta i jordbruket. De hårda villkoren ledde så småningom till konflikt, massavskedanden och strejkbryteri (Johansson 2013).

Idag trampar företagsledare och mediepersonligheter runt i samma kalkdamm med

vitt skilda upplevelser än de som fabriksarbetarna en gång erfor, vilket gör industriminnet till en oundviklig paradox när upplevelsevärde kontrasteras mot människovärde i ett historiskt perspektiv. Visserligen menar entreprenören att industriminnet ska vara levande och visuellt synligt, men det blir också en typ av postindustriell kuliss med målet att besjåla miljön genom dess bakgrundshistoria:

Tanken har hela tiden varit att man ska känna historiens vingslag. Man ska veta att det är en gammal verkstadslokal med vidhängande kantin man är i. Alla rum nås utifrån genom de gamla garageportarna. Traverser och kedjor hänger som de alltid har gjort i taket. Med hjälp av dessa byter man idag från frukostlounge till konferensverksamhet för att på kvällen lyfta fram en bar (Brulin och Emriksson 2005:90).

En kritiker skulle möjligen se detta som en förflackning av kulturarv och industriminne. Å andra sidan finns det andra platser eller andra sammanhang som kan omhänderta industrihistorien på mer ingående sätt. Man kan kanske inte begära av entreprenören att vara kunskapsförmedlare. Samtidigt tenderar industriminnet som anpassats till nya funktioner inom upplevelseindustrin att dunsta bort. Det går oavsett att konstatera att entreprenörsparet lyckats konvertera upplevelsevärde tillika ett estetiskt återbruksvärde i form av kulturellt kapital till ekonomisk förtjänst. Hundratals mode-, musik- och reklamfotograferingar har ägt rum på ön de senaste femton åren. Familjeföretaget har kunnat locka nya investerare till platsen och expandera med nya projekt sedan starten.

Fabriken Furillen kan också betraktas utifrån ett landsbygdsperspektiv. I boken *Design för ett nytt arbetsliv: Gotland i*

omvandling (2005) lyfts Fabriken Furillen fram som ett gott exempel på lokala näringsidkare som försöker återskapa arbetstillfällen efter de nedläggningar och omstruktureringar som drabbat Gotland på senare år. Författaren Göran Brulin menar att det krävs «duchampska synvänder» (med hänvisning till Duchamps readymades) för att initiera utvecklingskraft och ingjuta självförtroende hos invånarna i regionen. Han drar paralleller till Ruhr-områdets kulturarv och framväxten av Skagen som turistmål via målarkonsten. På samma sätt kan det förödda industrilandskapet på Gotland gå samma gynnsamma framtid till mötes, menar Brulin. Platser med tydliga identiteter är kapabla till att skapa mötesplatser som lockar till sig turister, arbetskraft och entreprenörer utifrån. Brulin pläderar för en gotländsk gnosjöanda² med design, estetik, upplevelser och bildning som kreativa hävstänger. Han talar medvetet om platsens betydelse och om tilltron till det egna skapandet som avgörande drivkrafter för

lokal utveckling (Brulin och Emriksson 2005).

Men entreprenörerna har inte alltid haft medgång. Såväl grannar som myndigheter har haft skilda uppfattningar om nya projekt på ön (Lindevik 2010). Samtidigt kan man fråga sig vems upplevelser i upplevelseindustrin det handlar om:

Förr kom naturälskande människor hit, nu har vi istället fått en nyrik stockholmsspublik i kostym som kommer ut och tittar på spektaklet, säger Bo Lundgren som tycker att Furillen är på väg att bli ett nytt Lidingö. Furillen har varit en magisk plats, men nu kommer stockholmarna hit i flotta bilar och skiter i att det är 50-vägar och cyklister på ön (Åkesson 2013).

Fabriken Furillen inrymmer således ett klassiskt stad-och-land-perspektiv som vi kan finna i andra typer av kompensationsmiljöer i turismhistorien. På samma sätt som vi kan



Fabriken Furillen – en "Duchampska synvänder" och "readymade space". Foto: Per Strömberg, 2005.

2. Gnosjö kommun i Sverige är känd för sin företagsamhet.

ställa oss frågan vem kulturarvet tillhör, kan vi också reflektera över vems upplevelser i upplevelseindustrin det handlar om. Hur handskas man med grannar som inte önskar den kreativa klassen in på knutarna, alternativt ser sin smutsiga arbetsplats förvandlas till lyxrenoverade tillflyktsorter för storstadsbor? På vilket sätt förankras nya bruk av forna fabriksanläggningar hos lokalbefolkningen på ett sätt som är inkluderande? Johan Hellströms erfarenhet talar om vikten av att involvera ortsbefolkningen och «arbeta med och inte emot byråkrater och politiker» för att kunna driva utvecklingsprojekt långsiktigt (Lindekvist 2010:199).

Upplevelseindustrins kärna är dess upplevelsevärden, vilka är tätt förknippade med tillväxt i detta sammanhang. Vid postindustriellt återbruk finns en glidande skala från pragmatiska till estetiska funktioner där upplevelsevärde ingår som komponent. Ibland är upplevelsevärde sekundärt men ändå av stor vikt, vilket nästa fallstudie visar.

Tillväxtvärde: Från kraftstation till whiskyproduktion

Kraftstationen till det gamla nedlagda sågverket Marieberg i Västernorrland inrymmer numera ett whiskeydestilleri som sedan starten 2009 har lyckats etablera sig internationellt. Innan det gamla kraftverket konverterades till destilleri fungerade det under några år som konsthall vilken på så vis banade väg för den nuvarande verksamheten.

Ådalen är ett område rikt på industrihistoria från den epok då Ångermanälven var huvudled för regionens skogsindustri och plats för förädling av trävaror. Här finns fortfarande sågverk och massafabriker i drift, medan timmerflottnings- och tillhörande sorteringsverk lades ned under 1980-talet. Industriminnet och arbetarrörelsens historia i Ådalen är i allra högsta grad

levande, inte minst på grund av den historiska strejkkonflikt som ägde rum i Lunde år 1931 då militär sattes in mot strejkande arbetare. Denna händelse där sex arbetare miste livet är en del av ett nationellt trauma vars eftermäle spelar stor roll för det kollektiva minnet i bygden.

Industrihistoriens starka närvaro i Ådalen föranledde också det största kulturpolitiska initiativet som har genomförts på kulturmiljöområdet i länet. Projektet *Industrisamhällets kulturarv* genomfördes i två omgångar mellan 2000–2005 (förkortat ISKA 1 och 2) med hjälp av medel från EU:s strukturfonder. Satsningen var värd 172 miljoner kronor varav EU, privat finansiering, samt landstinget och kommunerna i Västernorrland bidrog med vardera en tredjedel till finansieringen. Landstinget var ägare till ramprogrammet vars syfte var att lyfta fram lokala projekt med industrihistorisk anknytning, samt i övrigt skapa jobb, företag och engagemang bland lokalbefolkningen (ISKA lyfte Holm 2005).

Mellan de två delprojekten justerades programbeskrivningen i viss mån till att också innefatta tillväxt och sysselsättning. Kopplingen mellan kulturmiljö och tillväxt gjorde landstinget redan i det existerande kulturmiljövårdsprogrammet *Utsikt mot framtiden* (1998) för Västernorrland och kom därigenom att som första län i landet att inkludera kulturmiljövård som en katalysator för regional tillväxt. Näringslivsrelevansen lyftes således fram i en senare del av ramprogrammet vilket programutvärderingen menar fick såväl direkta som indirekta effekter för länets företag (Industrisamhällets kulturarv i Västernorrland 2006). Men hur dessa satsningar skulle få långsiktiga effekter diskuteras inte nämnvärt i rapporten.

Som en konsekvens av de två ISKA-projekten inrättades så kallade kulturreservat. Ett av många sågverk vid älvmyningen

var Mariebergs Ångsågverk i Bjärträ, vilket utsågs till länets första kulturreservat i april 2004. Reservatet inkluderar både bostadslängor och industribyggnader såsom den vedeldade kraftstationen från 1912 som en gång genererade elektricitet till sorteringsverket intill. I Marieberg tillverkade man ursprungligen låd-ämnen för export till bland annat Storbritannien, vars verksamhet fick ge namn till såväl *Box kraftverk* som destilleriets tidigare varumärke *Box Whiskey destilleri*. Så småningom blev vedeldningen olönsam och kraftverket byggdes om till ställverk vilket tjänstgjorde som sådant i knappt 40 år innan det lämnades att förfalla (Kulturreservatet Mariebergs sågverkssamhälle 2019). I början av 1990-talet ville Kramfors kommun riva det gamla kraftverket. Det räddades av konstnären Mats de Wahl som förvärvade fastigheten och dess omgivning i syfte att skapa en ateljé och kulturpark. År 1994 invigdes Box Kraftverk som konsthall och kulturscen och tjänst-

gjorde under flera år som nav åt det lokala kulturlivet i nedre Ådalen (Östholm 2016).

Under en whiskeyresa till Skottland föreslog brodern Per de Wahl för Mats att de skulle satsa på att bygga om det gamla kraftverket till ett whiskydestilleri. År 2007 grundades Box Destilleri efter att bröderna lyckats säkerställa nödvändigt kapital och kompetens varpå man tre år senare kunde destillera de första dropparna. Satsningen rönt stor uppmärksamhet och uppskattning som ett av världens nordligaste whiskydestillerier. Sedan 2014 ingår produkten i Systembolagets fasta sortiment vilket får ses som en stor framgång för företaget. Idag har produktionsanläggningen en kapacitet på 300 000 liter ren alkohol årligen. I samband med företagets whiskeyfestival år 2018 bytte Box Destilleri varumärke till *High Coast Whisky* för att ännu tydligare koppla varumärket till regionen – det närliggande turistområdet Höga kusten – samt för att undvika sammanblandningar med andra aktörer



High Coast Whisky-destilleriet i Ådalen med den för företaget ikoniska Box kraftverksbyggnaden i bakgrunden. Foto: High Coast Whisky, 2019.

(High Coast Destillery 2018). Sedan starten har ett besökscenter tillkommit samt en större lagerlokal. Själva destilleringen sker fortfarande i den gamla byggnaden runt vilken varumärket och produktionen kretsar.

Terroir (fr.) är essentiellt för framställning och marknadsföring av whiskey, dvs. det som uttrycker olika karakteristiska kvaliteter kring en specifik plats såsom geografi, geologi och klimat och hur de interagerar vid framställning av whiskey. I begreppet ingår även kultur och traditioner. Enligt varumärkesansvarig Hasse Nilsson är den geografiska platsen helt avgörande för produktens kvalitet, inte minst tack vare de stora temperaturvariationerna i byggnaden under olika tider på året, men också tack vare Ångermanälvens kalla kylvatten som ger renare alkohol. Platsen, byggnaden och historiken bakom är en del av en generell historia som ingår i företagets varumärkesberättelse, men man fäster ingen större uppmärksamhet vid att byggnaden är industriminne. Historieberättandet i marknadskommunikationen konstaterar bara detta. Destilleriet «skulle lika gärna kunna ha legat i en bilverkstad», menar Nilsson som hellre lyfter fram de pragmatiska förutsättningarna som centrala för återanvändningen av byggnaden.³

I detta fall är inte upplevelsen av industrimiljön central för verksamheten. Här är det i stället ett pragmatiskt återbruksvärde som varit riktninggivande. Ägarna lade emellertid ned viss kraft på att återskapa interiören och dess atmosfär från 1910-talet i samband med att man konverterade byggnaden till destilleri. Och även om industribyggnaden har en underordnad betydelse är det dock det gamla kraftverket som bildar emblemet i företagets logotyp. Å ena sidan betraktar whiskeyföretaget kraftverket som en profan industribyggnad som fyllts med

nytt innehåll. Samtidigt spelar byggnaden en ikonisk roll i varumärkesarbetet å den andra.

Det är också värt att notera att tiden som kulturscen under konstnären Mats de Vahls regi bildar en brygga mellan den tidigare industriepoken och den nya. Som tidigare nämndes utgör ofta konst- och kulturaktiviteter ett intermezzo innan aktörer återinvesterar i dem. Min slutsats är att gentrifiering industrimiljöer av (en.) *first gentrifiers*



Industribyggnaden är central för varumärkesbyggandet, här synlig i logotypen för High Coast Whisky. Foto: High Coast Whisky.

(bohemer, konstnärer och kreativa unga) ingalunda är ett uteslutande urbant fenomen, utan existerar även på landsbygd. Omfattningen av dessa processer i jämförelse mellan stad och landsbygd kräver dock en egen studie.

Att verksamheten inte bara inriktar sig på produktionsapparaten blir tydligt då man invigde en besöksbyggnad 2014 och började arrangera en årlig whiskeyfestival i Marieberg. På så sätt har man också lagt tillräkta för att låta anläggningen bli en turistattraktion. Det star-

3. Personlig kommunikation med Hasse Nilsson, varumärkesansvarig för High Coast Destillery, 2019-02-14.

kaste varumärket inom turism i Väster-norrland tillika listat som UNESCO-världsarv är kustområdet Höga kusten. Namnbytet till High Coast Destillery är symptomatiskt för att man håller en viss distans till industriepoken. Bytet innebär en geografisk rokad från Ådalen ut mot kustlinjen. Man häktar sig alltså på ett mer turistbetonat och i viss mån mer välkänt geografiskt område. Terroir är viktigt för whiskey, men det är också uppenbart att det är geografiskt tänjbart.

Symbolvärde: Från kalkbrott till utomhusscenen

Upplevelse- och tillväxtvärden i dessa två exempel handlar inte så mycket om vad man kan lära av industrisamhället utan mer om materiella värden, vilka av Svensson (2005) anses stå i kontrast till moraliska värden såsom symbolvärde och människovärde. Men som vi kan se av förra exemplet är dessa olika värden tätt förknippade. Symbolvärdet av kulturresevatet Mariebergs sågverks-samhälle, den historiska platsen med kraftverket, har haft indirekt betydelse för tillväxt och varumärkesbyggande.

Kulturarv och minnespolitik är således tätt förknippade med olika typer av identitetsarbete på olika geografiska nivåer. Inte sällan kretsar satsningar på kulturarv kring ambitionerna att stärka olika typer av symbolvärden som berättar för oss vilka vi är. En avigsida med regionbegreppet är att regioner ofta omtalas som entiteter. Regionala platsbilder och platsmyter (Shields 1991) kan till synes ena sociala grupper utan att för den skull lösa sociala spänningar grupperna emellan. Men avindustrialiseringen är en ojämn process som varierar från region till region. Samma förhållande gäller för det lokala och regionala identitetsarbetet. Regional identitet formas diskursivt, inte via konsensus (Wicke 2018).

Monumentala industrier framstår lätt som landmärken för regional identitet.

Symbolvärdet upphör inte för att industri-verksamheter läggs ned. Allra minst för de som en gång förvärvsarbetade där. Industribyggnaderna kan under lång tid fortsätta vara tätt förknippade med arbetslivet. De kan spela en viktig roll för det kollektiva minnets fortlevnad, bland annat genom upprättande av arbetslivsmuseer. Industrier arvet formas inte nödvändigtvis till positiva symboler. För vissa väcker industrianläggningarna åminnelse över ett tungt, farligt och smutsigt arbetsliv. Monumentala landmärken bildar sår i landskapet som för en del av lokalbefolkningen irriterande nog dröjer sig kvar. För andra minner industrianläggningarna om en trygg period i svensk historia där de flesta hade fast arbete livet ut (Can 2010). Dessa symbolvärden pekar i huvudsak bakåt i tiden. Denna riktning är inte nödvändigtvis behäftad med nostalgi, även om nostalgi ofta ingår som en framträdande ingrediens. Men symbolvärdet kan också vara riktningsgivande för framtiden och symbol för förnyelse, vilket både Furillens «duchampska synvända», whiskeydestilleriet och den tredje fallstudien – Dalhalla i Rättvik – kan påstås vara exempel på.

Dalhalla är ett tidigare kalkbrott numera utomhusscenen beläget ca åtta kilometer norr om Rättvik i Dalarna. När Kullbergs Kalkförädling AB år 1868 startade kalkbrytningen så gick dagbrottet under namnet Draggängarna, som med åren blev allt större. Efter det att verksamheten upphört 1991 väcktes idén att göra om dagbrottet till en sommarscen för opera, balett och symfoniorkestermusik. Initiativet kom från operasångerskan Margareta Dellefors som efter par års fotarbete kunde mobilisera både kapital, media, lokalbefolkning och sist men inte minst Rättviks kommun att stå bakom idén. Kommunen var först skeptisk, sedan avvaktande till idén. Till sist gav de klartec-ken till att projektera en utomhusscenen på

botten av dagbrottet som mäter ca 350x175 m och 60 m på djupet. Enorma mängder schaktmassor förflyttades för att ge plats åt en scenbyggnad i kalksjön på botten av brottet. År 1995 invigdes Dalhalla officiellt med en TV-sänd operakonsert. Det mediala genomslaget lät inte vänta på sig. Dalhalla blev raskt ett av de mer omskrivna kulturprojekten i och utanför Sverige (Frankelius 2010). Dalhalla har både bidragit till ökad turism och förlängd turistsäsong, men också till att skapa en ny identitetssymbol (Lehto och Oksa 2009).

Vid sida av Icehotel i Jukkasjärvi blev Dalhalla galjonsfigur och symbol för svensk upplevelseindustri i inledningen av 2000-talet och dess initiativtagare representanter för innovativt entreprenörskap (Strömberg 2007). Det var vid detta tillfälle som H&M kom in i bilden och valde Dalhalla som plats för en storslagen modevisning för pressen. Man ville ge de tillresande journalisterna en unik och exotisk upplevelse som på något sätt kunde framhäva företagets nationella

rötter, «någon typ av ett slags svenskhet, storslagenhet» och «ursprung från det här avlånga landet», menar Dan Arne, ansvarig konstnärlig ledare för evenemanget (Strömberg 2017).

Arne placerade visningsrampen på pontoner ut i sjön på botten av brottet som samtidigt lystes upp av facklor och strålkastare. De ca 500 journalisterna skjutsades i amerikanska raggarbilar från järnvägsstationen till dagbrottet där strålkastarljuset så småningom riktades mot supermodellerna på catwalken. Med detta grepp önskade han att:

Sätta in företaget i en samtid, ett samtida uttryck av idag. Något exotiskt, annorlunda, kontrastrikt. Kontrasten mellan det samtida uttrycket i förhållande till det urbana på något sätt, i naturen. [...] Jag kände hur exotisk det skulle kunna vara idag att få uppleva en så pass urban visning i ett sådant konstigt landskap som både Dalarna och det här fantastiska

Dalhalla blev sedermera galjonsfigur för svensk upplevelseindustri. Foto: Dalhalla, 2017.





Förberedelser inför H&M:s modevisning med catwalk på pontoner på botten av det gamla kalkbrottet. Foto: Peter Roberts, 2001.

kalkbrottet var. Den här kontrasten blev så enormt fysiskt närvarande och väldigt sinnlig. Och det som jag fastnade för, att försöka få in alla delarna i den sinnliga marknadsföringen som gjorde att jag valde platsen där vi skulle lägga den här stora visningen.⁴

Den här typen av lek mellan den kontrasterande råa hårdvaran (dagbrottet och naturlandskapet) och den fashionabla mjukvaran (modevisningen och kollektionen) är en viktig karakteristik för postindustriell estetik och utgör en betydande del av platsens estetiska återbruksvärde och dess funktion som symbol för kreativitet och nydaning. Som tidigare nämndes tenderar industrihistorien att dunsta bort då industrimiljöer får nytt liv i upplevelseindustrin. Dalhalla har emellertid försökt att vidmakthålla industriminnet, bland annat genom utställningar om Kullbergs Kalkbruks historia och genom

jubileumsmarkeringar då tidigare anställda vid kalkbruket fått uppmärksamhet (Rättviks kommun 2015).

Symboler och regionala identiteter formulerade i strategiprogram för regional utveckling kokas allt som oftast ned till platsmarknadsföring (Ek och Hultman 2007). Bakom denna utveckling ligger en rad drivkrafter: globalisering, turism och upplevelseekonomi, samt regionalpolitik. Den sistnämnda är landsbygdens sätt att möta dessa ekonomiska och kulturella krafter. Diskursen runt kulturarv, upplevelseindustri och kreativa industrier på 2000-talet speglar sig i det regionala policy-arbetet vilket nämndes i exemplet från Väster-norrland. Regionala tillväxtprogram från 2000-talet och senare lyfter ofta fram satsningar på kultur som en viktig utvecklingsfaktor för länen utanför storstadsregionerna i Sverige. Denna typ av program innehåller dock vaga meningar om vad kultur är i

4. Personlig kommunikation med Dan Arne 2011-10-17.

sammanhanget och på vilka sätt kulturaktiviteter konkret ska bidra till tillväxt och sysselsättning (Hermelin 2008; Jacobsson 2009). Kultur omtalas vanligtvis i termer av en «resurs», «motor» och «kraft» för utveckling av lokal eller regional upplevelseindustri, som sätter «en plats på kartan» och i förlängningen bidrar till framtida sysselsättning i perifera regioner (Itps, Nutek, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet, Statens kulturråd och SKL 2008). Sedan 1990-talets slut förefaller upplevelseindustrin vara en alltmer självklar tårtbit i cirkeldiagrammet över samhällsekonomin och ett naturligt inslag i diskussionerna när orter ska profilera sig som platser att besöka eller flytta till. Det är en växande ekonomisk potential formulerad till en sektor, ett välklingande ord, en möjlighet att tro på och ett halmstrå att ta till i kommuner med utflyttning och industriell omvandling.

Sedan 1990-talet har Dalhalla varit flitigt använt inom destinationsmarknadsföringen av såväl kommun som region. Men återuppståndna industrier såsom Dalhalla användas inte bara inom destinationsmarknadsföringen utan också som geopolitisk ammunition för att visa vad regionen är kapabel till att åstadkomma i skuggan av avindustrialiseringen. Oavsett vilka förhoppningar som existerar så finns det en tydlig urban prägel på upplevelsekonsumtion i det postindustriella samhället. Allen Scott (2000) hävdar att upplevelseindustrins starka koncentration till storstäder hänger samman med en komplexitet och täthet av producenter som företrädesvis hopar sig i storstäder. Deras särställning handlar också om att det existerar en kulturell dynamik som enligt Scott inte finns i samma utsträckning på landsbygden. Impulser utifrån blir därför av avgörande betydelse, vilket Dellefors engagemang för Dalhalla är ett exempel på. Genom Dalhalla har det också skapats en arena för möten mellan urbana livsstilar och

landsbygdskultur, som konkret kom till uttryck i förbindelse med H&Ms modevisning.

Människovärde: Från järnbruk till inlevelsesmuseum

Medan Rättviks kommun i begynnelsen ställde sig skeptisk till att omvandla kalkbrottet till en naturscen – brottet var ursprungligen tänkt som soptipp – så rådde det omvända förhållandet i fråga om det gamla järnbruket i Avesta som ligger i det svenska rostbältet och gruvområdet Bergslagen. Här önskade kommunen uttryckligen att bevara spåren av järnverksindustrin vilket skedde under protester från kommuninvånare som menade att man borde riva det i stället för att lägga ned pengar på det (Röshammar 2017).

Kommunen köpte industriområdet av Avesta Jernverk efter en omlokalisering år 1986. Efter år av kontinuerlig upprustning inrymmer numera området en blandning av industri- och tjänsteföretag. I den gamla hyttanläggningen från 1800-talet ligger *Verket*, en kulturbaserad upplevelsemiljö. Här driver Avesta kommun olika typer av upplevelseverksamheter inom ramen för ett «inlevelsesmuseum» med fokus på upplevelser och lekande lärande. Verket mynnade ut från en konst- och kultursatsning på 1990-talet, bland annat konstutställningen Avesta Art som initierades 1995 (Jacobsson 2009). På Verket låter man historia, konst och avancerad interaktiv datateknik kontrastera eller harmoniera med den industriella miljön. Här ska utställningar och konstinstallationer aktualisera existentiella frågor om arbetsliv, minne och identitet med målet att skapa inlevelse och upplevelse genom aktivt deltagande och digital teknik för i synnerhet barn och ungdomar.

Verksamheten är prisbelönt för sina strävanden att låta kulturarvet hålla en levande diskussion om människovärde. Verket försöker att aktualisera såväl allmänmänniska

problemställningar som att lyfta fram det immateriella kulturarvet på platsen i syfte att vidareföra minnen och berättelser. Men frågan är hur verksamheten i realiteten lyckas adressera den del av den nya generationen som ställer sig frågande till modern konst och som inte har något förhållande till industrihistorien än på sin höjd en släkting som arbetat där? Kenneth Linder, enhetschef för museet, menar att han har många exempel på uppskattning från invånare: «En del säger 'konst, va fan', men tycker ändå att det är viktigt att Verket finns» (Röshammar 2017).

Vid journalisten Mustafa Cans (2010) och ekonomiprofessorn Jan Jönmarks resor i den svenska avindustrialiseringens spår mötte följeslagarna flera typer av känslomässiga reaktioner bland ortsbefolkningen: känslor av bitterhet, associationer till trygg-

het, men även insikter om den oundvikliga förändringens natur. Omförhandlingar av identitet sker inte bara på regional nivå utan också på individnivå. I bästa fall kan Verket spela en viktig roll för «kulturell traumabehandling» i avindustrialiseringens spår (Wicke 2018:32). Ett exempel på försök till rehabilitering var temat för Verkets utställningar år 2017 som behandlade just «Identitet».

Men kulturarv skapar både närhet och avstånd, tillhörighet och utanförskap, menar Birgitta Svensson (2005:166): «För dem som förmår skapa särskiljande individualistiska identiteter i samklang med den nya tidens nätverkssamhälle, är identitetens makt särskilt stark medan motståndsidentiteter ofta får rumsliga former. Det som inte hör hemma i tiden, hör snarare hemma i rummet». I mångt och mycket är det dessa

Interaktiva utställningar på Verket i Avesta. Foto: Verket.



två dimensioner, rummet och tiden, som Verket försöker förena genom sina utställningar. Att belysa historia och platsidentitet i dialog med livsstilar och moderna livsformer som ibland pågår någon annanstans.

Verket har likaså ambitioner att bli en helgjuten turistattraktion. Med liknande motiv och utgångspunkter som ISKA-projektet i Västernorrland, ingick Verket under åren 2006–2016 i en större satsning mot kulturarvsturism, den så kallade Bergslagssatsningen. Det var ett nationellt initiativ med direkt koppling till lokala aktörer i Bergslagen i syfte att tillvarata ett antal industrihistoriska platser och utveckla dem som besöksmål i Bergslagen och skapa «en långsiktigt hållbar struktur för att befrämja turismdriven tillväxt» (Isacson 2008). Med en fot i historien och en i framtiden var ambitionen att generera dynamik och utvecklingskraft.

Bergslagssatsningens recept känns igen från andra håll och kan formuleras i termer av ett tillväxtparadigm i förhållande till kulturarvet. Detta står i bjärt kontrast mot det ideella, folkrörelsebaserade perspektivet som växte sig starkt under 1970-talet och som resulterade i arbetslivsmuseer med målet att lyfta fram socialhistoriska berättelser om människor och händelser, artefakter och platser. Maths Isacson (2008; 2013) talar om dessa två perspektiv i termer av *polaritet*. Å ena sidan kulturell distansering från kulturarvet till förmån för estetik, upplevelser, turism, platsmarknadsföring och ökade fastighetspriser. Minnespolitik, kulturvård och vardaglig lokal förankring i historien å den andra. I viss mån kan en tredje inriktning urskiljas med överlag starkt fokus på bildning och kreativt skapande för barn och ungdomar, vilket Verket är ett exempel på.

Konklusion

Isacsons diskussion runt polaritet föranleder oss att till sist återkomma till Svenssons

(2005) retoriska fråga om det är möjligt att förena olika och ibland motstridiga värdeperspektiv på bruk av kulturarvet. Även om jag i retoriskt syfte har lagt tonvikten på ett värdeperspektiv per exempel så är det tydligt att alla fyra har samtidig betydelse men i varierande grad. De är i mångt och mycket varandras förutsättningar på en glidande skala vilket gör det svårt att egentligen hålla en skarp kulturpolitisk gräns mellan materiella eller moraliska värden.

Tillväxtparadigmet dominerar emellertid i alla fyra fallstudier. Kanske är det också därför de har lyfts fram som förebilder inom kulturarvsindustrin i egenskap av lyckade satsningar, även om de både förr och senare har arbetat i motvind. Utrangerade industrimiljöer i städerna har överlag en större ekonomisk potential än dem man finner på landsbygden. Ur ett storstadsperspektiv har de kommersiellt gångbara delarna av kulturarvet en benägenhet att snabbt inlemmas i tillväxtparadigmet av fastighetsutvecklare, konsultfirmor och arkitektkontor vilka har ambitionerna att slå mynt på kulturarvets estetiska återbruksvärde. När kommersiella aktörer tar över tenderar industrihistorien dunsta bort i denna process. Frågan är om det är möjligt eller ens önskvärt att ta ansvar för alla historiska lager som återbruk genererar. I tider av hårda ekonomiska prioriteringar är det kanske tillräckligt med en förnimmelse av ett historiskt kulturarv för att indikera en förhistoria? Samtidigt erbjuder återbruk en möjlighet att bevara kulturarvet för framtiden.

Återbruk av industribyggnader på landsbygden kan stimulera kreativitet, attraktivitet och progressiv platsutveckling på liknande sätt som i större städer, men har enligt min mening kanske större betydelse i glesbygden som «gravitationscentra» för kulturella uttryck och självförståelse, inte minst för dem som tidigare arbetade i dessa industrier. Initiativ kommer ofta från ideella

eldsjälar och entreprenörer – inte från fastighetsutvecklare som i storstadsområden. De förra är viktiga mänskliga resurser för platsutveckling, i synnerhet på landsbygden. Samtidigt spelar tillfälliga interventioner från konst- och kulturfältet en viktig roll för återbruksvärdet och för framtida initiativ. Detta är ett väldokumenterat fenomen i städer, men existerar även i landsbygdsorter som denna studie givit exempel på. Det är emellertid vanskligt att tala om gentrifiering på samma sätt som i urbana miljöer.

För de fyra fallstudierna är den geografiska och kulturella närheten till storstäderna en fördel men inte av avgörande betydelse för framgångsrika verksamheter. På landsbygden är såväl kommunen som centrala offentliga aktörer på kulturarvsområdet betydelsefulla resurser och garantier för vällyckade projekt. Här har också EU-medel varit elementärt viktiga för industriarvet i flera regioner. Men det är ekonomiskt krävande att ta hand om utmönstrade industrianläggningar. Frågan är hur de postindustriella projekten kan leva vidare om och när offentliga aktörer och finansärer drar sig tillbaka. Att främja kulturarvsturism är i bästa fall en lösning på problemet i avfolkningsskommuner, i sämsta fall en from förhoppning och finansiell börda. Verksamheterna måste vara sociokulturellt acceptabla, politiskt möjliga och finansiellt realiserbara för att vara hållbara.

Enligt min mening kräver en lyckad förvaltning av det industriella kulturarvet i kulturarvsindustrin en typ av kulturell balansakt som väger kulturell integritet mot kommersialisering, genuin enkelhet mot konceptuellt raffinering, sansad kreativitet mot fantasifullhet, återhållsamhet mot spektakularitet, och det individuella mot det allmänna. Detta låter sig endast göras med större medvetenhet om dynamiken bakom dessa värdeperspektiv vilket denna artikel

har strävat efter att belysa. Det är här vi befinner oss idag.

Referenser

- Adorno, Theodor W. och Max Horkheimer 2012. *Upplysningens dialektik: filosofiska fragment, 1903–1969*. Göteborg, Daidalos. (förstautgåva 1944)
- Alfrey, Judith och Tim Putnam 1992. *The Industrial Heritage: Managing Resources and Uses*. London, Routledge.
- Allt om Whisky. 2012. *Box whisky vill bli bäst*. URL: <https://www.alltomwhisky.se/2012/06/box-whisky-vill-bli-bast/> [Nedlastad 18-01-2019].
- Andersson, Ingela och Anders Bodin 2008. Ett hemligt kulturarv. Nittonhundratalets svenska befästningar. *Byggnads-historisk tidskrift*, nr. 56, s. 91–101.
- Aronsson, Peter 2004. *Historiebruk: att använda det förflutna*. Lund, Studentlitteratur.
- Aronsson, Peter 2005. Kulturarvets berättelser – industriarvets mening. I Annika Alzén og Birgitta Burell (red.). *Otydligt, otympligt, otaligt: Det industriella kulturarvets utmaningar*. Stockholm, Carlsson, s. 17–43.
- Brulin, Göran och Birgitta Emriksson 2005. *Design för ett nytt arbetsliv: Gotland i omvandling*. Stockholm, Atlas.
- Brilliant, Richard och Dale Kinney (red.) 2011. *Reuse Value: Spolia and Appropriation in Art and Architecture, from Constantine to Sherrie Levine*. Farnham, Ashgate.
- Caldenby, Claes 2006. City Branding. Varumärke och arkitektur. *Arkitektur*, nr 2, s. 12–19.
- Can, Mustafa 2010. Landet som försvann. *Svenska Dagbladet*. 12 september. URL: <https://www.svd.se/landet-som-forsvann> [Nedlastad 29-08-2019].
- Cartwright, Lisa och Marita Sturken 2001. *Practices of Looking: An Introduction to*

- Visual Culture*. Oxford, Oxford University Press.
- du Gay, Paul och Michael Pryke 2002. *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*. London, Sage Publications.
- Edensor, Tim 2005. *Industrial Ruins: Spaces, Aesthetics, and Materiality*. Oxford, Berg.
- Ehn, Billy och Orvar Löfgren 2001. *Kulturanalyser*. Malmö, Gleerup. (första utgåva 1982)
- Ek, Richard och Johan Hultman 2007. Produktgörande av platser – En introduktion. I Ek och Hultman (red.). *Plats som produkt*. Lund, Studentlitteratur, s13–35.
- Evans, David 2009. *Appropriation*. Cambridge, Mass., MIT Press.
- Frankelius, Per 2010. Konsten att väva samman kultur, natur och ekonomi. I Lisbeth Lindeborg och Lars Lindkvist (red.). *Kulturens kraft för regional utveckling*. Stockholm, SNS Förlag, s. 301–330.
- Frankelius, Per 2011. Innovation processes: the creation of Dalhalla. I Michael Scherdin och Ivo Zander (red.). *Art Entrepreneurship*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing, s. 98–141.
- Grundberg, Jonas 2004. *Historiebruk, globalisering och kulturarvsförvaltning: utveckling eller konflikt?* Göteborg, Institutionen för arkeologi.
- Harvey, David 2010. *A Companion to Marx's Capital*. London, Verso.
- Hermelin, Brita 2008. Kultur som utvecklingsfaktor. I Andersson et al. (red.). *Regionalpolitikens geografi. Regional tillväxt i teori och praktik*. Lund, Studentlitteratur, s. 57–76.
- Hewison, Robert 1987. *The Heritage Industry: Britain in a Climate of Decline*. London, Methuen.
- High, Steven 2002. *Industrial Sunset – The Making of North America's Rust Belt, 1969–1984*. Toronto, University of Toronto Press.
- Industrisamhällets kulturarv i Västernorrland 2006. *När historien ger framtidstro: industrisamhällets kulturarv i regional omvandling: slututvärdering av ISKA I och ISKA II 2000–2005*. Härnösand, ISKA, Ramprogrammet för industrisamhällets kulturarv.
- Isacson, Maths 2008. Brytpunkt Bergslagen. I *Bergslagshistoria*, nr. 20, s. 5–22.
- Isacson, Maths 2013. Industrisamhällets utmaningar: Samhällsförändringar och kulturmiljövård från 1960-tal till 2010-tal. *Bebyggelsehistorisk tidskrift*, vol. 65, s. 17–36.
- ISKA lyfte Holm 2005. *Sundsvalls Tidning*. 18 november. URL: <https://www.st.nu/artikel/iska-lyfte-holm> [Nedlastad 29-08-29].
- Itps, Nutek, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet, Statens kulturråd och SKL 2008. *Kultur i regionala utvecklingsstrategier och program – en lägesrapport*. URL: <https://www.raa.se/publicerat/9185259595.pdf> [Nedlastad 29-08-29].
- Jakobsson, Max 2009. *Från industrier till upplevelser: en studie av symbolisk och materiell omvandling i Bergslagen*. Örebro, Örebro universitet.
- Johansson, Rolf 2000. Ett bra fall är ett steg framåt. Om fallstudier, historiska studier och historiska fallstudier. *Nordisk Arkitekturforskning*, nr. 1–2, s. 65–71.
- Johansson, Wictor 2013. Industriminnen över tiden som flytt. *Proletären*. 16 augusti.
- Kulturresevatet Mariebergs sågverksamhäll* 2019. URL: <http://www.marieberg.org/index.php/industrihistoria> [Nedlastad 27.05.2019].
- Kulturutredningen* 2009. *Betänkande av Kulturutredningen*. SOU 2009:16.
- Lehto, Esko och Jukka Oksa 2009. *Networks for Local Development: Aiming*

- for Visibility, Products and Success. I Arnar Árnason och Mark Shucksmith och Jo Vergunst (red.). *Comparing Rural Development. Continuity and Change in the Countryside of Western Europe*. Farnham, Surrey, Ashgate. s. 17–46.
- Lindekvist, Lisbeth 2010. Kreativa skärningspunkter och entreprenörskap. I Lisbeth Lindeborg och Lars Lindkvist (red.). *Kulturens kraft för regional utveckling*. Stockholm, SNS Förlag, s. 188–205.
- Löfgren, Orvar 2001. Den nya ekonomin – en kulturhistoria. *Kulturella perspektiv*, nr. 3, s. 2–13.
- Löfgren, Orvar 2005. Upplevelseindustrin skall få landet att leva upp. *Axess*, nr. 4, s. 31–34.
- Mommaas, Hans 2004. Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. *Urban Studies*, vol. 41, nr. 3. s. 507–532.
- Nisser, Maria 1979. *Industriminnen: En bok om industri- och teknikhistoriska bebyggelsemiljöer*. Stockholm, Sveriges arkitekturmuseum.
- Olshammar, Gabriella 2002. *Det permanentade provisoriet: Ett återanvänt industriområde i väntan på rivning eller erkännande*. Göteborg, Chalmers.
- Rättviks kommun 2015. *Meteorum – Touch the Universe. Projekt rapport 1/5-2013–31/1 2015*. Rättvik.
- Röshammar, Charlotta Kåks 2017. Identitet i centrum på Verket i Avesta. *Arbetet*. 16 juni. URL: <https://arbetet.se/2017/06/16/identitet-i-centrum-pa-verket-i-avesta/> [Nedlastad 29-08-2019].
- Samuelsson, Johan 2005. *Kommunen gör historia: Museer, identitet och berättelser i Eskilstuna 1959–2000*. Uppsala, Acta Universitatis Upsaliensis.
- Sande, Theodore Anton 1976. *Industrial Archaeology: A New Look at the American Heritage*. University of Michigan, S. Greene Press.
- Schneider, Arnd 2006. *Appropriation as Practice: Art and Identity in Argentina*. New York, Palgrave Macmillan.
- Schumpeter, Joseph Alois 2010. *The Nature and Essence of Economic Theory*. New Brunswick, N.J., Transaction Publishers. (Förstautgåva 1908)
- Scott, Allen J. 2000. *The Cultural Economy of Cities*. London, Sage.
- Shields, Rob 1991. *Places on the Margin: Alternative Geographies of Modernity*. London, Routledge.
- Smith, Laurajane 2006. *Uses of heritage*. New York, Routledge.
- Stratton, Michael och Barrie Trinder 1997. *Book of Industrial England*. London, Batsford, English Heritage.
- Strömberg, Per 2007. *Upplevelseindustrins turistmiljöer: visuella berättarstrategier i svenska turistanläggningar 1985–2005*. Uppsala, Fronton Förlag.
- Strömberg, Per 2013. Funky Bunkers. The Post-Military Landscape as a Readymade Space and a Cultural Playground. I Gary A. Boyd och Denis Linehan (red.). *Ordnance: War + Architecture & Space*. Burlington, Ashgate Publishing Company, s. 67–81.
- Strömberg, Per 2019. Industrial Chic: Fashion Shows in Readymade Spaces. *Fashion Theory*, vol. 23, nr. 1, s. 25–56.
- Svensson, Birgitta 2005. Industrisamhällets framtidsvärde mellan kulturarvs- och minnespolitik. I Annika Alzén och Birgitta Burell (red.). *Otydligt, otympligt, otaligt: det industriella kulturarvets utmaningar*. Stockholm, Carlsson, s. 157–171.
- Svensson, Ronny och Gerd Adolfsson 1995. *Kulturen som drivkraft: Konkreta effekter av nio större kultursatsningar i en region*. Torsby, Heidrun.
- Wicke, Christian 2018. Introduction:

- Industrial heritage and regional identities. I Christian Wicke och Stefan Berger och Jana Golombek (red.). *Industrial Heritage and Regional Identities*. London, Routledge, s. 1–12.
- Zukin, Sharon 2014. *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. New Brunswick, New Jersey, Rutgers University Press. (förstautgåva 1982).
- Östholm, Katarina 2016. Box långa resa – kraftverk, konstcentrum, whiskydestilleri. *Allehanda*. 16 september. URL: <https://www.st.nu/artikel/box-langa-resa-kraftverk-konstcentrum-whiskydestilleri> [Nedlastad 29-08-2019].
- Åkesson, Johan 2009. Furillen – drömmen om en egen måne. *Dagens Nyheter*. 3 augusti. URL: <https://www.dn.se/livsstil/furillen-drommen-om-en-egen-mane/> [Nedlastad 29-08-2019].