

*Medelvägens estetik*



**Jeff Werner**

**MEDELVÄGENS  
ESTETIK**

**SVERIGEBILDER I USA, DEL 2**

Gidlunds förlag · Hedemora/Möklinta

*Forskningsprojektet finansierades av*  
STINT  
Vetenskapsrådet  
Högskolan på Gotland

*Publiceringen finansierades av*  
Vetenskapsrådet  
Stiftelsen Gustav VI Adolfs fond för svensk kultur  
Stiftelsen Lars Hiertas Minne  
Magnus Bergvalls Stiftelse  
Estrid Ericsons Stiftelse

På omslaget: "Yankee Doodle Dala" målad av Dan Gottneid, Lindsborg.

Foto: Lena From.

© Jeff Werner, 2008

ISBN 978-91-7844-755-8 (Del 1)

ISBN 978-91-7844-756-5 (Del 2)

Fälth & Hässler, Värnamo 2008

# Innehåll

## TILLBAKA PÅ MEDELVÄGEN, 7

### VIKINGAR I VINLAND, 9

Newport, 27 • Kensingtonstenen, 31 • Follins Pond, 33 • Dighton Rock, 34 • Heavener-runstenen, Vinlandskartan med mera, 35 • Vikingaikonografi, 37 • Vikingakultur, 42

### MÄNSKLIG MODERNISM, 53

New York-utställningen 1931, 57 • Henry-Russel Hitchcock, 59 • Modern Architecture på MoMA, 63 • The International Style, 68 • Engelsk utflykt, 70 • Sverige bygger, 74 • Hitchcock igen, 77 • Postmoderna perspektiv, 82

### SVENSKA PROJEKTIONER, 89

”Svenskar” på den vita duken, 97 • Garbo, den mystiska främlingen, 99 • Garbo talar!, 109 • Sjöström, störst i världen, 112 • Och sedan kom Stiller, 118 • Den svenska (mellan)mjölkfickan, 120 • Vem vill döda en svensk?, 126

### DE FYRA ESSEN, 129

Den svenska synden, 129 • De svenska skatterna, självmorden och superiet, 143

### INGMAR BERGMAN – VÅR DALAHÄST I VÄRLDEN?, 151

Bergmans spår, 153 • Isbergmannen, 165 • Spårberoende och spårväxlingar, 167 • Dalahästen, 169

### VOLVOS SVENSKHET VARAR?, 173

Svenska bilar till USA, 174 • En svensk rullar, 177 • Från sportig till exklusiv, 179 • Svensk kvalitet, 185 • Svensk form?, 188 • Volvoförarna, 200

SAAB – MED FLYGBRÄNSLE I BLODET, 211

Förarna, 218 • Flyggenerna, 221 • Originalitet, 225 • I fin form, 228 • En svensk bil, 233

ABSOLUT SVERIGE, 241

Absolut visuellt, 245

IT'S A BIG COUNTRY. SOMEONE'S GOT TO FURNISH IT..., 249

Svensk kultur, 254 • Världens mest spridda bok, 257 • Jösses vad IKEA!, 260 • Två genealogier i berättelsen om IKEA, 263 • Mjölkspårsberoende, 267

DRIVE-THRU SWEDEN, 271

DET SVENSKA SAMTIDSKONSTUNDRET, 281

Svenskar i den globala konstbyn, 284

I ÖVERSIKTERNAS VÄRLD, 291

Historien enligt Gardner, 293 • Den svenska promillen, 299 • Vart tog Zorn och Milles vägen?, 303

MELLANMJÖLKENS ESTETIK I COCA-COLA COUNTRY, 309

"Swedish" Mode(rn), 310 • Spårberoende, 312 • En blekare nyans av blå-gult?, 314

NOTER, 321

SUMMARY, 383

KÄLLOR OCH LITTERATUR, 391

## Tillbaka på Medelvägen

Detta är den andra delen av en studie som undersöker Sverigebilder i USA. Den förutsätter inte att man har läst den första, eftersom de olika kapitlen är tänkta att kunna läsas fristående. Ändå länkas de samman genom att olika föreställningar om Sverige och svenskhet överlagrar varandra. För mig har dessa samband mellan olika genrer eller visuella fält ibland kommit som en stor överraskning, som när Döden från Ingmar Bergmans film *Det sjunde inseglet* plötsligt dyker upp i en tidskriftsartikel om Saab. Det är min förhoppning att kunna locka till läsning av flera kapitel, och att korskopplingarna mellan dem ska ge läsaren många liknande aha-upplevelser.

Studiens övergripande perspektiv samt en med detta sammanhängande begreppsapparat presenteras i inledningen till del 1. Där redogörs även för hur materialet som helhet är strukturerat. Den första delen avslutas med ett par kapitel om svensk designs exempellösa framgångar i USA under trettio-, fyrtio- och femtiotalen. Men svensk design all ära, det finns andra "svenska" fenomen som har en väl så stark position i amerikaners medvetande, exempelvis Volvo, Saab, IKEA, Greta Garbo och Ingmar Bergman. De tillhör vad som nu ska studeras. Men först till den mest välbekanta skandinavien av dem alla...



**ALEXANDRIA  
BIRTHPLACE OF  
AMERICA**



## Vikingar i Vinland

Frågan är om inte vikingen är Sveriges starkaste varumärke, även om hans hemhörighet är omstridd. Inte minst Island och Norge har starka in-teckningar i hans nationalitet. Vikingen har blivit en närmast univer-sell symbol för äventyrslystnad, styrka och mod, för att ta fasta på po-sitiva värden, även om han (i stereotypernas värld är han oftast man) även associeras med bestialiska erövringar av både länder och kvinnor, fylleslag och barbari.

Vikingens visuella attribut är tämligen schablonmässiga. Han är blond och blåögd (ibland rödblond), med långstyrigt hår och skägg. Kvinnliga vikingar är mer sällsynta, men när de förekommer har de samma ögon- och hårfärg som männen, och är liksom dem resliga och muskulösa. Vikingarnas främsta igenkänningstecken är emellertid de-ras distinkta attribut: hornbeklädda hjälmar, dryckeshorn och långbå-tar med drakhuvuden.

Vikingarna är på en och samma gång civiliserade och vilda. Det har blivit allt vanligare att vikingatidens Norden inkluderas bland de stora historiska högkulturerna, tillsammans med bland andra faraonernas Egypten och Romarriket.<sup>1</sup> Nordmännens tekniska och organisatoriska förmåga framhålls. De byggde sjövärdiga båtar som kunde ta dem såväl uppför Volga som över Atlanten, de skapade omfattande handelsnät-verk, de erövrade de brittiska öarna och upprättade där sitt eget styre. Men samtidigt framställs de som motsats till den civiliserade världen, som ödeläggare av kloster och kungariken. I denna aspekt har de ofta fungerat som något lockande "annat" i förhållande till den moderna världen, i så skilda kontexter som romantikens poesi, nazismens pro-paganda, och samtidens populärkultur.

Vi har i föregående kapitel vid flera tillfällen stött på amerikanska referenser till vikingar i samband med svensk visuell kultur. Nu är tid

*Sju meter viking.  
Big Ole i Alexan-  
dria, Minnesota.  
Skulptör: Robert  
Edgett, 1964. Foto:  
Jeff Werner, 2005.*

att fånga upp dessa trådar till en mer sammanfattande diskussion om vikingareceptionen i Amerika och hur vikingarna påverkat synen på Sverige och Skandinavien.

Även om vikingatiden oftast syftar på tiden från omkring 800 till 1100 e.Kr., kan dess uppkomst i ett historiografiskt perspektiv förläggas till 1800-talet. Under det tidiga 1800-talet märks ett påtagligt intresse för fornnordism i såväl Skandinavien som USA, även om det är först på 1870-talet som vikingatid blir en vanlig benämning för sen järnålder.<sup>2</sup> Forskningen, diktandet och det konstnärliga skapandet om och av vikingatiden var en del av nationsbyggandet i de skandinaviska länderna och försåg nationalstaterna Sverige, Norge och Danmark med ärorikt förflutet att vara stolt över, ett nationellt enande som föregick kristnandet och därmed en lång kontinuerlig historia som legitimerade statsbyggena. Arkeologen Fredrik Svanberg har därför diskuterat vikingatiden i termer av 1800-talets kolonisering av tidigare kulturer.

Konstruktionen av en vikingatid projicerar föreställningar om skandinaviska nationer och nationsbyggen långt tillbaks i tiden. Det talas exempelvis regelmässigt om svenska, danska, isländska och norska vikingar, och om skillnader dem emellan, exempelvis att de företog sina expeditioner i olika riktningar. Detta som om nationalstaterna redan var ett faktum under järnåldern. Samtidigt brukas vikingar och vikingatid som ett skandinaviskt transnationellt begrepp, som förstärker uppfattningar om en gemensam skandinavisk kultur i såväl dåtid som samtid.<sup>3</sup>

Även om vikingatiden konstruerades först under 1800-talet finns en faktisk historisk bakgrund. Nordbor företog under sen järnålder långväga resor över vattnen, som tog dem långt in i det som idag är Ryssland, söderut till Medelhavet och över Atlanten. År 793, när nordbor attackerar det isolerade men förmögna klostret i Lindisfarne får ofta, men långt ifrån alltid, markera vikingatidens början, medan slutpunkten oftast blir en mer diffus, gradvis övergång i medeltid, dock med slaget vid Hastings 1066 som ett ofta angett slutdatum. Det finns som bekant samtida källtexter från vikingatiden – oftast från de hotade klostren – men de mest utförliga berättelserna är från högmedeltiden. Hit hör inte minst de isländska sagorna. Därefter råder tystnad om skandinavernas fornstora dagar fram till den danska och svenska stormaktstiden på 1600-talet, när det förelåg nationella intressen att framhålla historiska förebilder.

1800-talets vikingavurm, inklusive dess amerikanska gren, har dock sina kraftigaste rötter i romantikens fascination, och sammanblandning, av nordiska, keltiska och germanska myter, berättelser och sagor.

Den moderne vikingen växer fram som en sällsam korsning av forn-nordiska hjältar, den keltiska sagan om Ossian,<sup>4</sup> och Niebelungenlied. Och det är denna cross-over-produkt som visat sig vara så framgångsrik att det idag räcker med en hornprydd plasthjälm på huvudet för att signalera ”viking”.

Intresset för Nordens äldre historia och mytologi hade tilltagit under andra halvan av 1700-talet. Paul-Henri Mallets *Monuments de la mythologie et de la poésie des Celtes, et particulièrement des anciens Scandinaves* publicerades första gången 1756 och översattes till flera språk. Verket, som bland annat innehåller en översättning av Snorre Sturlassons *Edda*, framhåller Norden och i synnerhet Danmark (boken skrevs på uppdrag av det danska kungahuset) som frihetens hemvist på jorden. Sammanblandningen av kelter och nordbor skulle komma att följa med in i 1800-talet, och är betydelsefull för vikingaikonografins utveckling. Andra internationellt betydelsefulla verk, delvis inspirerade av Mallet, är Thomas Percys *Five Pieces of Runic Poetry translated from the Icelandic language* (1763) och *Northern Antiquities: or, A Description of the Manners, Customs, Religion and Laws of the Ancient Dans, and other Northern Nations; Including those of Our Own Saxon Ancestors*, 1770.

I bakvattnet av Napoleonkrigen sökte nationalister i de skandinaviska länderna sig bakåt i tiden efter förebilder. Patriotiska sällskap förordade och uppmuntrade till nationella historiska studier. Det mest välkända av dessa är Götiska förbundet i Sverige, bildat 1811. Götiska förbundet hade en avgörande betydelse för formandet av bilden av vikingen, såväl i Sverige och Skandinavien som internationellt.

Götiska förbundet laddade vikingen med positiva egenskaper. Erik Gustaf Geijers poem *Vikingen och Odalbonden*, 1811, liksom historieböckerna *Svea rikets häfder* 1825 och *Svenska folkets historia* 1832–36 målade upp bilden av ett idealsamhälle med fria bönder och starka kungar. I *Vikingen* som ofta lär ha sjungits vid Götiska förbundets träffar, finns redan det grundmönster som har kommit att upprepas i otaliga litterära och visuella framställningar under de följande 200 åren:

En morgon från stranden ett skepp jag såg,  
Som en pil i viken det sköt.  
Då svällde mig bröstet, då brände min håg,  
Då visste jag hvad mig tröt.  
Jag lopp ifrån gettren och moder min,  
Och Vikingen tog mig i skeppet in  
Uppå hafvet.

Viktigast för den amerikanska vikingareceptionen var dock Esaias Tegnér's vikingaepos *Frithiofs Saga*, 1825, baserat på sagan om *Friðþjófr* från omkring 1300. Den blev en internationell storsäljare, som översatts till engelska i minst femton versioner under perioden 1833–1914, och har legat till grund för många omtolkningar i skilda medier.<sup>5</sup>

Att vikingen snabbt blev en populär historisk gestalt i de skandinaviska länderna förvånar knappast. Han blev en brygga mellan samtiden och forntiden, i form av ett tidsövergripande "oss", som försåg det samtida nationsbyggandet med historiskt grundad legitimitet, styrka och patos. Dessutom framstod vikingatiden som ett historiskt föredöme för 1800-talets skandinavism; fria nationer, byggda av kraftfulla män, men förenade av en gemensam kultur och ras.

Men varför blev vikingen så framgångsrik i USA? Vilka värden förknippas med honom, och hur lyckades han överskrida immigranterkulturens gårdsgårdar?

En förklaring till det amerikanska intresset för vikingen står att finna i Storbritannien. Där visade sig vikingen vara minst lika framgångsrik som i Skandinavien. Det blev allt vanligare att man som britt uppfattade sig ha vikingablod i ådrorna. "In many ways, the Victorians invented the Vikings", skriver Andrew Wawn i sin omfattande studie av ämnet.<sup>6</sup> Detta avspeglas i den alltmer frekventa användningen av ordet "viking". Det förekom i engelsk skrift först i början av 1800-talet, men blev inte vanligt förrän under 1840-talet.<sup>7</sup> Vid seklets slut var det frekvent i bildkonst, design, poesi, litteratur, scenkonst och allehanda populärkultur.

Grunden för det fornnordiska intresset hade, som nämnts ovan, lagts redan med Percys böcker under andra halvan av 1700-talet som följdes av att flera isländska sagor, som hade anknytning till brittisk historia, översattes. Det kom till uttryck i Johan Heinrich Fuselis magnifika målning *Thor Battering the Midgard Serpent* 1790 och i Sir Walter Scotts roman *The Pirate*, 1821, som kom i ett flertal utgåvor under de följande hundra åren i både Storbritannien och USA.<sup>8</sup>

Fornnordismen spreds snabbt från Storbritannien till USA. En pionjär var juristen och historikern Henry Wheaton som 1828 läste Erik Gustaf Geijers *Svea rikets häfder* (1825), och därefter publicerade ett flertal artiklar och böcker om nordisk mytologi, poesi och historia. Tre år senare, 1831, utkom hans *History of the Northmen or Danes and Normans from the earliest times to the conquest of England by William of Normandy*, och 1838, i samarbete med Andrew Crichton, *Scandinavia, ancient and*

*modern, being a history of Denmark, Sweden, and Norway: comprehending a description of these countries; an account of the mythology, government, laws, manners, and institutions of the early inhabitants; and of the present state of society, religion, literature, arts, and commerce.* Under samma årtionde, i juli 1837, publicerade även Henry Wadsworth Longfellow en artikel om Esaia Tegnér's *Fritiofs saga* (1825) i *North American Review*, som innehöll en introduktion till vikingatiden och dess mytologi. Kast-rup skriver att i Longfellows artikel framstår Sverige ”i ett förklarad ljus, nästan som ett pastoralt paradiset befolkat av genomsunda, traditions-trogna vikingaättlingar”.<sup>9</sup> Vid denna tid var vikingaintresset i USA väl så stort som i Sverige, där det börjat klinga av. När Longfellow besökte Skandinavien 1835 fann han att intresset för den fornnordiska histo-rien inte var vad han hade förväntat, och att inga tecken fanns på pånyttfödelse av regionens heroiska förflutna,<sup>10</sup> och sommaren i Stock-holm beskrivs som en bedrövlig upplevelse.<sup>11</sup>

Men i USA var vikingaintresset under kraftig tillväxt på 1830-talet. Inspirerad av ett skelettfynd man då trodde var av en vikingakrigare skrev Longfellow dikten *The Skeleton in Armor*, först publicerad i *Knickerbocker Magazine* den 9 januari 1841 tillsammans med en kommentar som identifierade vikingarnas landstigningsplats som Newport, där en tornruin ännu finns (Longfellow tog bort detta förtydligande i senare utgåvor av dikten):

Three weeks we westward bore,  
And when the storm was o'er,  
Cloud-like we saw the shore  
Stretching to lee-ward;  
There for my lady's bower  
Built I the lofty tower,  
Which, to this very hour,  
Stands looking seaward.

Newporttornets betydelse för Longfellow och 1800-talets USA har sin bakgrund i den danske filologen Carl Christian Rafns (1795–1864) arbe-ten. 1837 utkom Rafns stora arbete *Antiquitates Americanæ*, som inne-höll den första engelskspråkiga sammanfattningen av Vinlandssagorna tillsammans med diskussioner om och illustrationer av vikingaläm-ningar i Massachusetts (”*Descriptio Vetusti Monumenti in Regione Massachusetts Reperti*”).<sup>12</sup> Boken väckte stort intresse i USA och följdes snart av fler engelska översättningar av källtexterna (huvudsakligen av *Grænlendingasaga* – grönlänningarnas saga – och *Eiriks saga rauða* – sa-

gan om Erik den Röde, Leif Erikssons far.). I Amerika kom Rafns arbete av många att uppfattas som en direkt utmaning mot bilden av Columbus som den som upptäckte Amerika. Mottagandet kan grovt indelas i dem som ifrågasatte Vinlandssagornas trovärdighet och/eller betydelsen hos Vinlandsresorna, och i dem som önskade få en mer omfattande omskrivning av Amerikas tidiga historia till stånd.<sup>13</sup>

Kunskap om Vinlandsresorna hade visserligen funnits bland lärda amerikaner sedan länge – Benjamin Franklin hade exempelvis fått en skriftlig redogörelse för dem av den svenska botanikern Peter Kalm – men det var först med Rafn som det uppstod ett mer omfattande intresse för dem. Det fanns nu ett utrymme för alternativa berättelser om Amerikas upptäckt.<sup>14</sup> Rafn hade en intensiv korrespondens med USA, och hans redogörelse av fynd i Amerika bygger på uppgifter och teckningar som han fick sig tillsända från John Howland och Thomas H. Webb i Rhode Island Historical Society. Dighton Rock vid Taunton River (Berkeley, Massachusetts; också kallad Assonet-stenen) och nyss nämnda skelett i Fall River tillhör de fornlämningar som Rafn ansåg belägga Vinlandssagornas trovärdighet.<sup>15</sup> Skelettet förstördes i en brand omkring 1843 och låter sig därför inte undersökas.<sup>16</sup>

Rafns arbeten och Longfellows poem blev upptakten till en lång rad arkeologiska fynd från vikingatiden i USA. Även om alla, eller nästan alla, avskrivits av sentida arkeologer, fortsätter de att spela stor roll i den amerikanska receptionen av vikingarna. De förankrar och konkretiserar deras närvaro i amerikansk historia. Fynden har genomgående fått stor uppmärksamhet i medierna.<sup>17</sup> Fram till slutet av 1800-talet gjordes de flesta fynd i New England, men ett och annat gjordes även på kusten söder om New York. 1867 hittades exempelvis en runsten nära Washington D.C. som berättade om en vikingaflickas död 1051.<sup>18</sup>

Fyndplatsmönstret ändras kring sekelskiftet då det börjar dyka upp fynd i svenskbygderna i Minnesota. Mest välkänd är upptäckten av Kensingtonstenen 1898. Generellt kan man säga att de tidiga vikingafynden gjordes i nordöstra USA av anglosaxer, medan upptäckterna i Mellanvästern tilltar från sekelskiftet 1900 och till stor del gjorts av skandinaviska immigranter. Denna indelning ska dock inte uppfattas som knivskarp, som Gloria Farleys många fynd i Oklahoma tydligt visar.

De många fynden i New England hänger sannolikt samman med att området utpekades som det Vinland som vikingarna upptäckte omkring år 1000. Enligt Vinlandssagorna var det Bjarni Herjólfsson

som först siktade Vinland omkring 986 efter att ha kommit ur kurs på en resa från Island till Grönland. Han steg emellertid aldrig i land. Upptäckten följdes av en planerad resa till Nordamerika av Leif Eriksson (Leifr Eiríksson, "Leifr hinn hepni", "Leif den lyckosamme"), som utforskade Helluland, Markland och längst söderut Vinland. Till sist nämnda reste Thorfinn Karlsefni tillsammans med hela familjer och boskap i syfte att skapa en permanent bosättning. Efter konflikter med urbefolkningen tycks Vinlandskolonin ha övergivits efter tre år, men fortsatta expeditioner tycks ha gjorts under de följande århundradena. Den sista noteringen i isländska krönikor talar om män som kommit ur kurs på en resa från Markland 1347.

Att vikingarna reste till Nordamerika är idag oomtvistligt, men det råder oenighet om hur omfattande deras aktiviteter där var och hur långt söderut och in i landet som de reste. Många arkeologer pekar på att den nya kontinenten inte hade mycket att erbjuda sina "upptäckare". Det fanns betydligt rikare och viktigare handelspartners på andra håll i den av dem kända världen. Andra anför det betydligt gynnsammare klimatet i New England jämfört med Grönland, samt tillgången till virke, vete och vindruvor.

De medeltida berättelserna om expeditionerna till Vinland, tillsammans med olika arkeologiska lämningarna på amerikansk mark, stimulerade både fantasin och intresset. En hängiven nordamerikansk vikingaromantiker var kemisten Eben Norton Horsford (1818–93), skaparen av Rumford Baking Powder, som använde sin förmögenhet som amatörarkeolog. Han var övertygad om att Leif Eriksson (i USA även stavat Erikson, Ericson, Ericsson och Ericksson) hade seglat uppför Charles River och bosatt sig i det som i dag är Cambridge, Massachusetts. Horsford var en fantasifull etymolog. Det nya landets namn, Amerika, är enligt Horsford en hyllning till Erik den Röde. Med stöd i att området mellan New Jerseys kust och Bay of Fundy namnges som Norumbega på en del 1500- och 1600-tals kartor fastslog Horsford att det var sagornas Vinland (avlett från indianernas namn för Norge).<sup>19</sup> Här byggde vikingarna städer, varv, fort, kanaler och kyrkor. Närmare 10 000 vikingar bodde längs Charles River och kolonin varade i 350 år. Vid utgrävningar vid Charles River nära sitt hem i Cambridge fann Horsford lämningar som han proklamerade var av nordiskt ursprung 1890, trots en del skräp från senare tider. På platsen lät han därför placera ett minnesmärke.<sup>20</sup> Ytterligare en bit uppströms lät han dessutom bygga ett torn på den plats där han ansåg att den av Eriksson anlagda





vikingastaden hade legat.<sup>21</sup> Horsford blev också intresserad av tidigare nämnda Dighton Rock, som han uppfattade som ytterligare belägg för vikinganärvaro. Trots att Horsford publicerade ett antal artiklar, pamfletter och böcker om vikingafästet i Massachusetts, vann han aldrig vetenskapssamhällets helhjärtade stöd.

Horsford var också aktiv i tillkomsten av den staty av Leif Eriksson som står vid den västra änden av Commonwealth Avenue i Boston. Idén att uppföra statyn hade väckts redan tidigt på 1870-talet, och uppdraget hade gått till John Quincy Adams Ward (1830–1910), men projektet gick i stå. I slutet av årtiondet övergick uppdraget till Anne Whitney, som fick stöd av den världsberömda norska violinisten Ole Bull. En kommitté med 52 prominenta Bostonbor bildades, men insamlingen av medel gick långsamt. Först 1887 kunde monumentet invigas.<sup>22</sup>

Leif Eriksson står på ett fundament utformat som ett vikingaskepp. Fartyget var från början en fontän, som dock sedan länge är ur funktion (numera planterad med blommor) och aktern på båten saknas. Ur skeppet reser sig en mer traditionellt utformad sockel, på vars framsida en runinskription förtäljer äventyrarens namn, medan en engelsk text på baksidan förklarar att "Leif the Discoverer" landsteg i Nordamerika år 1000. Två reliefer skildrar "Leif Recounting His Tail". Överst avslutas sockeln med två ornamentala band, som förmodligen är tänkta att se fornordiska ut.

Leif Eriksson står i klassisk kontrapost med ena handen på det lockiga huvudet, som om han funderade över vart floden tagit vägen. (Senare tiders stadsutveckling har skymt utsikten.) Posen påminner om Andrea del Verrocchios *David* (ca 1477), medan ansiktet har likheter med Michelangelos *David*. Liksom dessa är han skägglös. Skulpturen ger intryck av att snarare framställa en ung hellen, än en nordisk sjöfarare. Traditionella vikingaattribut saknas. Klädedräkten påminner om en romersk tunika, men har två iögonfallande märkliga bröstplattor. Inspirationen kan ha hämtats från vikingatida broscher, men de är helt runda och ger dräkten en avgjort feminin karaktär.

Många samtida kommentatorer valde att skriva uppskattande om skulpturens klassiska drag, och ignorera dess feminina. James Jackson Jarves uppfattade honom som "He is of pure Scandinavian race [---] a Norseman Apollo... a handsome vigorous fellow, whose well-modeled limbs, spirited Characteristic pose, figure-displaying armor are all calculated to win women's hearts and men's admiration... It is agreeable to believe that such a man as Leif was the first European to

*Eben Norton Horsfords vikingatorn vid Charles River, Massachusetts, uppfört 1889. Foto: Jeff Werner, 2007.*



leave the impress of his footsteps on our rugged shores". Och *Harper's Weekly* såg honom som "a worthy forerunner of the Pilgrims... Miss Whitney deserves the thanks of Americans for having chosen as the type of the Northmen ancestors, not the Berserk warrior, but the Iceland merchant, explorer and Christian, as Leif Eriksson truly was".<sup>23</sup> Men det fanns också de som kritiserade Whitneys gestaltning. *Sunday Herald* undrade om det inte fanns något feminint i skulpturens kontur, "a trifle too little of masculine severity and hardness", medan *Boston Evening Transcript* utbrast: "A Scandinavian viking in tights! [---] This little horn is out of place. [---] The knife is absurdly small, too. But the worst of all is the fact that the figure is not manly; he is not rugged, does not suggest at all the manner of man that Leif must have been."<sup>24</sup>

Skälen bakom Leif Erikssons queera uttryck är okända. Kanske är det ett skämt från Whitney sida, som tidigare blivit kritiserad för att inte kunna skulptera den manliga anatomin.<sup>25</sup> Eller så ville hon framhäva att han var en civiliserad föregångare till Bostons anglosaxiska elit, inte en råbuse. Möjligen kan det också uppfattas som ett tidigt uttryck för uppfattningen att skandinaviska män led av ett underskott av manlighet.

Statyn visar hur som helst att det inte var bland skandinaviska immigranter som det amerikanska vikingaintresset växte fram. Tvärtom togs många av de viktigaste initiativen till att uppmärksamma och belägga vikinganärvaro i USA av amerikaner av anglosaxisk härkomst.<sup>26</sup> Liksom i Storbritannien fanns bland dessa intresse för att härleda sitt blod tillbaks till nordmännen. Angloamerikanerna betonade att deras blod var mer nordiskt än saxiskt: "we may confidently assert, that the modern New England character has in it much more of the Norse than of the Saxon", skriver J. Elliot Cabot 1849. Och i förordet till *The Pre-Columbian Discovery of America* avvisar Benjamin Da Costa föreställningen om saxiskt påbrå: "In reality we fable in a great measure when we speak of our 'Saxon inheritance'. It is rather from the Northmen we have derived our vital energy, our freedom of thought, and, in a measure that we do not yet suspect, our strength of speech."<sup>27</sup> Vikingarna var pilgrimernas faktiska anfäder, och den amerikanska demokratin kunde alltså härledas tillbaks till de germanska skogarna. (Se vidare Svenskar vita som snö i del 1.)

Men i Nordamerika fanns ytterligare skäl till vikingaintresset. Det gav den vita, anglosaxiska befolkningen en lång historisk kontinuitet. De var ättlingar till de modiga och driftiga nordbor som långt före Co-

På spaning efter havet. Leif Eriksson i Boston. Skulptör: Anne Whitney, 1889. Foto: Peter van der Krogt, 2007.

lumbus seglat över Atlanten och upptäckt Vinland.<sup>28</sup> På båda sidor av Atlanten färgades dessutom vikingaintresset av religiösa och politiska motsättningar, retoriskt polariserat mellan det fria, protestantiska Nordeuropa och det ofria, katolska Sydeuropa (i USA fanns också en motsättning mellan Nord och Syd efter inbördeskriget, men den hade inte lika starka religionpolitiska drag). Att statyn restes i Boston vid 1800-talets slut är ingen slump. Vid tiden ökade den italienska befolkningen snabbt, från att ha varit 5 000 1890 till 30 000 1910. 1884 fick Boston sin förste katolske borgmästare (Hugh O'Brien). För Bostons protestantiska elit var Leif Eriksson en anti-Columbus, skriver Gloria Polizzotti Greis.<sup>29</sup>

Om vikingapåbrå för den amerikanska anglosaxiska befolkningen blev ett argument för deras rasmässiga överlägsenhet och historiska äganderätt till Amerika, fyllde det en annan funktion för svenskar och andra skandinaver. Som vi tidigare sett uppfattades skandinaverna inte som riktigt vita vid förra sekelskiftet. De upplevdes också som främmlingar, "foreigners", även om de var födda i Amerika.<sup>30</sup> För de nordiska immigranterna blev vikingaarvet både något att vara etniskt stolt över, och ett sätt att bli mer amerikanska. De hade ju inte bara upptäckt Vinland först, de var genom blodsband historiskt förbundna med den mest amerikanska folkgruppen av alla: anglosaxerna.



Det finns även ett annat slags berättelser om vikingablodsband i USA som ofta används för att belägga att Vinlandsresorna var verkliga och långlivade. De första européerna på plats beskrev att de mötte indianer som var ljushylta. Giovanni de Verrazano, som seglade längs New Englands kust 1524 mötte i trakterna av dagens Newport ljusa indianer, där männen bar bröstplattor av koppar. Han skriver också att han såg en stor, rund stenbyggnad med åtta kolonner, vilket har anförts som bevis för Newporttornets vikingatida ursprung.<sup>31</sup> Även den legendariske hövdingen Massasoit, som undertecknade ett fredsavtal med pilgrimerna i Plymouth 1621, beskrevs som ljus med långt, kraftigt skägg.<sup>32</sup> Enligt Vinlandsresornas företrädare bevisar beskrivningar som dessa att vikingarna hade långvariga bosättningar i New England, och att de med tiden kom att blanda sig med urbefolkningen, på ett likartat sätt som i Normandie och Storbritannien. Samma berättelser har under senare år använts för att belägga tidig portugisisk närvaro i New England

(se nedan), och krav har rests på att genomföra DNA-undersökningar på den kvarvarande indianbefolkningen.<sup>33</sup>



Över hela USA använde skandinaviska immigranter vikingasymboler. Möteslokaler försågs med "vikingaornamentik" och fick namn som Valhalla, Odin Lodge och Viking Hall. Tidningar och tidskrifter fylldes med historier och bilder av nordmännen. Gravstenar försågs med bilder av vikingaskepp och fornnordiska slingor.<sup>34</sup> 1912 färdades ett vikingaskepp i Midsommarkortegen längs Worchesters gator.<sup>35</sup>

Hyllandet av Leif Eriksson och andra vikingar och deras bedrifter var därmed aldrig nationalistiskt i USA, till skillnad från i de skandinaviska länderna. För immigranterna var det en del av stärkandet av en amerikansk etnicitet och identitet, inte en skandinavisk nationalism. Jag ger ordet till Orm Øverland som forskat om just strategier att bli amerikan:

Ethnic celebration in the United States [...] is primarily a celebration of the American identity of immigrants and their descendants. The affirmation and celebration of ethnicity is a way of affirming and celebrating that a particular ethnic group has a home in America. Paradoxically, to celebrate being Irish on St. Patrick's Day, being Italian on Columbus Day, or Norwegian on the Seventeenth of May is to celebrate being American.<sup>36</sup>

Skandinaverna hade inga skäl att konkurrera med den anglosaxiska befolkningen om "rätten" till vikingarna. Tvärtom fanns här stora gemensamma intressen. Däremot fanns ofta en rivalitet med italienarna, en annan ny immigrantgrupp, som annekterat Columbus. Friktionen mellan skandinaver och italienare förstärktes av de religiösa motsättningarna mellan protestanter och katoliker.

Men det fanns också en konkurrens inom den skandinaviska immigrantgruppen om vilken nationalitet som hade den största rätten till vikingarna. Till en del avspeglar detta motsättningar på hemmaplan, där vikingatiden blev ett tillhygge i den norska frihetskampen. Norrmännen ansåg sig vara de mest genuina nordborna, med störst rätt att räkna Leif Eriksson till de egna.<sup>37</sup> Norge hade också fördel i kampen om vikingaarvet.<sup>38</sup> Flera viktiga arkeologiska fynd gjordes under andra halvan av 1800-talet på norsk mark.

1874 publicerades den norsk-amerikanska forskaren Rasmus B. An-

dersons bok *America Not Discovered by Columbus*.<sup>39</sup> I den argumenteras för att nordmännen upptäckte Amerika 500 före Columbus, med stöd främst hos de isländska sagorna, men också i arkeologiska fynd som Newport Tower och The Armored Skeleton.<sup>40</sup> Boken fick stor uppmärksamhet och gavs ut i åtta upplagor.<sup>41</sup> Anderson gör också troligt att det var just genom nordbornas expeditioner till Vinland som Columbus fick idén att resa västerut för att finna en ny rutt till Asien.

För Anderson var det vikingablodet som låg bakom den demokratiska och frihetliga utvecklingen i såväl norra Europa som i USA:

The ancient Norsemen were a bold and independent people. They were a free people. Their rulers were elected by the people in convention assembled, and all public matters of importance were decided in the assemblies, or open parliaments of the people.<sup>42</sup> [---]

Yes the Norsemen were truly a great people! Their spirit found its way into the Magna Charta of England and into the Declaration of In[d]ependence in America. The spirit of the Vikings still survives in the bosoms of Englishmen, Americans and Norsemen, extending their commerce, taking bold positions against tyranny, and producing wonderful internal improvements in these countries.<sup>43</sup>

Vikingarna hade alltså inte bara upptäckt Amerika först,<sup>44</sup> de låg dessutom bakom sanna amerikanska värden som frihandel och demokrati. Dessutom var de inte del av den folkutrotning som Columbus inledde. Vikingarna hade inga skjutvapen, och de tycks i längden inte ha rätt på lokalbefolkningen (skraelingarna).

Andersons arbeten om vikingarna i Nordamerika kan ses som ett inlägg i den samtida diskussionen om de skandinaviska immigranternas ras. Enligt Mancini kan Andersons skrivningar om de frihetsälskande nordborna och deras demokratiska statsskick förstås som argument för att ras, snarare än etnicitet och nationellt ursprung, skulle läggas till grund för bedömningen av dem.<sup>45</sup>

Vikingarnas verksamhet i Nordamerika levde, enligt Anderson, vidare i ortsnamn som traderats av indianerna. De var också de första kristna i den nya världen. Anderson berättar om hur Thorvald begravdes i Vinland, och hur två kors restes på hans grav: "one at his head and one at his feet. Hallowed ground, this, beneath whose sod rests the dust of the first Christian and the first European who died in America!"<sup>46</sup> I följande meningar binds berättelsen om Thorvald tentativt samman med skelettfyndet i Fall River.

I Andersons ögon drevs vikingatidens nordbor västerut på grund av en strävan efter nytt land. Utan att han skriver det rakt ut kunde samtidens amerikaner och immigranter sannolikt se likheten med sin egen tid. Tolkningen att boken var ett inlägg i den samtida debatten stärks av att den var den första som Anderson skrev på engelska. Den primära målgruppen var alltså en annan än de skandinaviska immigranter han tidigare adresserat. Första upplagan utkom 1874, det vill säga i god tid till hundraårsjubileet av Amerikas Förenta Stater. Detta är den tidpunkt då den etnocentriska historieskrivningen tog sin början.<sup>47</sup> Varje immigrantgrupp vill markera sitt bidrag till den nya nationen. Det är ur detta perspektiv förståeligt att Vinlandsexpeditionerna, Nya Sverige och John Ericsson blev viktiga instanser i den svensk-amerikanska historieskrivningen. Enligt Edward Saveth varar denna fas av etniskt färgad historieskrivning in på 1920-talet.<sup>48</sup>

Den svenske skriftställare som mest helhjärtat försvarade vikinganärvaron i USA är den konservative Johan A. Enander (1842–1910). Han emigrerade våren 1869 och blev redan samma höst redaktör för Augustana-synodens tidning *Det gamla och det nya hemlandet*, en post som han upprätthöll till sin död med undantag för en period 1890–96 när han var professor i svenska språket vid Augustana College i Rock Island, Illinois. Enander var även aktiv i det republikanska partiet och hade politiska uppdrag för detta. Han brukar ibland omnämnas som den historiker han själv gärna ville vara, men Enanders historiska verk befinner sig långt från den gängse historiska källkritikens. Hans mest inflytelserika arbete är *Förenta staternas historia, utarbetad för den svenska befolkningen i Amerika* (1874) i fyra band, vars inledande 200 sidor till stor del handlar om vikingarnas bragder.<sup>49</sup> Källorna utgörs till största delen av de isländska sagorna, ett intresse hos Enander som också uttrycks i hans *Våra fäders sinnelag. Fornnordiska karaktärsdrag tecknade efter den isländska sagolitteraturen* (1894).<sup>50</sup> I samband med världsutställningen i Chicago 1893 publicerades *Nordmännen i Amerika, eller Amerikas upptäckt*, en knappt sjuttiosidig pamflett där Enander leder i bevis att det var nordmännen som upptäckte Amerika, inte italienarna – i synnerhet som Columbus aldrig nådde fram till det amerikanska fastlandet och därmed inte hade större rätt att kallas dess upptäckare än de vikingar som for till Grönland. För Enander är det också viktigt att markera att det handlar om nordmän, inte norrmän, uppenbart störd av Norges appropriering av vikingakulturen. Han betonar även i texten de nordmän som var av svensk börd. Enligt Enander fortsatte

Vinlandsfärderna kontinuerligt in på 1300-talet, men efter digerdödens härjningar smälte resterna av nordmannakolonierna samman med indiankulturen: "Digerdöden, skrälningarna och assimileringen med landets urinvånare ödelade nordmannakolonierna i såväl Vinland som å Grönland."<sup>51</sup> Vikingarna blev, utan att Enander behövde betona det, ett förebud om vad som hotade i rasblandningens USA. En vanlig uppfattning i Amerika vid denna tid var att det var de höga idealen och de civiliserade dragen som först gick förlorade vid uppblandning med lägre stående raser.<sup>52</sup>

1903, samma år som Enander drabbades av en första allvarlig hjärnblödning, publicerade *Prärieblomman* hans essä "Nordmannaminnen i Amerika". Han inleder med att konstatera att trots att "våldiga landområden" i nordvästra USA ägs och bebos av skandinaver, så lämnar de inga arkeologiska spår efter sig som vittnar om deras etnicitet. Deras gravvårdar förses med engelska ornament och inskrifter. Vikingarna däremot, utgör härvidlag en förebild för samtiden, enligt Enander som på Dighton Rock uttyder en berättelse om vikingakolonins öden, formulerad av Thorfinn Karlsefni.<sup>53</sup>

Vinlandsresorna var det mest framgångsrika skandinaviska bidraget till den gemensamma amerikanska historien, åtminstone på kort sikt. Synen på vikingarna som den historiska källan till det samtida USA kom vid seklets slut att delas också av anglosaxiska skriftställare som Edmund Slafter (1816–1906). Enligt honom kunde de kulturella och ekonomiska framgångarna för New England förklaras av att invånarna stammade från detta folk av fria och stolta män.<sup>54</sup> Vikingarna blev under slutet av seklet alltmer ett tillhugge i samtida politiska, moraliska, sociala och politiska diskussioner. Amerikanskan Marie Brown publicerade 1887 *The Icelandic Discovery of America, or Honour to whom Honour is Due*, där det planerade 400-årsjubileet av Columbus ankomst till Nordamerika utpekades som en katolsk konspiration.<sup>55</sup>

Norska immigranter arbetade också för att låta resa en staty av Leif Eriksson till världsutställningen i Chicago 1893, som komplement eller konkurrent till den Columbusstaty som avtäcktes den 2 maj 1893, men Eriksson kom inte på plats förrän 1901. Med på världsutställning fanns dock Christian Krohgs målning *Leif Eiricson Discovering America*,<sup>56</sup> och till Chicago lät norrmännen segla skeppet *Viking*, en replik av Gokstadskeppet från cirka 900 e.Kr. Att man låtit *bogsera* repliker av Columbus skepp från Spanien, minskade knappast den norska stoltheten.<sup>57</sup> Norrmännen kunde härigenom bevisa att vikingaskeppen förmådde segla



över långa sträckor på öppet hav, medan spanjorerna hade stora problem att ta sig fram till och med på Lake Michigan.<sup>58</sup>

Planer fanns också att visa *Flateyjarbók* (1300-talssagor om norska kungar på Island) men trots insatser på högsta diplomatiska nivå vägrade Det kongelige bibliotek i København att låna ut den.<sup>59</sup> Istället visades en ny fotolitografisk utgåva av de sidor av sagan som behandlar Leif Erikssons resa till Vinland.<sup>60</sup>



Skilda perspektiv, ideologier och övertygelser angående Amerikas upptäckt avspelas i och reproduceras genom amerikanska historieböcker. Upprättandet av en gemensam amerikansk historia och identitet var en betydelsefull uppgift under 1800-talet. Av särskilt intresse i detta sammanhang är frågan om startpunkten för den amerikanska nationens genealogi sökas i indiankulturerna eller ska européernas upptäckt av den nya kontinenten markera början? I sistnämnda fall, är det Leif Eriksson eller Christofer Columbus som ska ha äran av upptäckten? Hur upprättas en sammanhållen berättelse av de olika "upptäckterna" och de olika stammar, nationaliteter och religiösa grupper som agerat i den amerikanska historien?

Många tidiga historiska verk tar avstånd från teorierna om tidig vikinganärvaro i Nordamerika. Exempelvis avvisar George Bancrofts vinlandsagorna som myter i de första utgåvorna av sitt stora verk om Amerikas historia (1834–75).<sup>61</sup> I senare utgåvor nämner han överhuvudtaget inte nordmännens eventuella upptäckt av Nordamerika före Columbus.<sup>62</sup> Även Richard Hildreths *History of the United States* förklarar att Leif Erikssons upptäckt av Nordamerika hör till sagornas värld.<sup>63</sup> Men hos andra 1800-tals historiker, som J. A. Spencer,<sup>64</sup> Benson J. Lossing,<sup>65</sup> samt William C. Bryant och Sydney Howard Gay,<sup>66</sup> framställs vikingarna som de första vita upptäckarna av Nordamerika. Sistnämndas historia börjar för övrigt – ganska atypiskt – med grottmänniskorna och indianernas ankomst till kontinenten. Det tredje kapitlet i första volymen öppnar med en vinjettbild där ett vikingaskepp styr mot ett land med höga snöklädda berg. Det är Erik den Rödes upptäckt av Grönland. Nordmännen hade en talang för att upptäcka nya länder av en slump, skriver författarna, och nämner Island som ett annat exempel.<sup>67</sup> Det råder, får vi veta, ingen tvekan om att de korsade Atlanten nästan femhundra år före Columbus.

I en lång och målande text skildras vikingarnas resor och äventyr i Nordamerika, i hög utsträckning baserad på Rafns tidigare nämnda forskning. Namngivningen av de nya landområden som upptäcktes diskuteras, och 1800-talets läsare kunde, liksom i Anderssons ovan diskuterade bok, se tydliga paralleller med sin egen tid – den västliga expansionen med åtföljande västerländska dop av platser, floder och ny-anlagda städer. Den 29 sidor långa texten illustreras av en karta (Cape Cod) och tolv bilder. Flera av dem visar vikingaskepp, bland annat ett som är på väg in mot det som är nuvarande Bostons hamn. Vikingahövdingarna har vingprydda hjälmar. Även Newport Tower och Dighton Rock avbildas, men förklaras inte längre betraktas som vikingatida lämningar.

Även Lossings mer kortfattade *Our Country* är rikligt illustrerad. Den inleds med en imponerande anfangbild där Leif Eriksson (får vi förmoda) träder in i handlingen rakt genom O:et i "Our Country". Längre ner övergår bilden, som täcker halva sidan, i en skildring av en kamp mellan spanjorer och indianer. Sätillvida tecknas en direkt kontinuitet mellan vikingar och conquistadorer, som boktsavligen befinner sig på väg mot framtiden över den besegrade urbefolkningens lik.<sup>68</sup> Bokens syntetistiska ambition att skriva in vikingarna i den gemensamma amerikanska historien återkommer några sidor längre fram med hur vikingarna tyst förenades i "thanksgiving" vid Thorfinns ankomst till Vinland.<sup>69</sup>

Vikingarna beskrivs som ett både brutalt och poetiskt folk. De är grymma mot urbefolkningen, skraelingarna, men också mot varandra. Fast när de får chansen deklamerar de på vers: "As the manner was with these old vikings, in times of unusual excitement, he took to verse..."<sup>70</sup>

1800-talets idéer om nationaliteter projiceras, som vi ovan sett, också på vikingarna. Även om de ofta omtalas i neutrala termer som nordbor, är nationalitetsbeteckningarna islänningar och norrmän frekventa. Som svenskar eller danskar beskrivs de sällan, men det noteras att en tysk (Tyker) och irländare fanns med på Vinlandsexpeditionerna. Härigenom får de en pan-europeisk karaktär som väl lämpade sig i amerikansk historieskrivning.

Till Vinland for även Erik den Rödes dotter Freydis, som i berättelserna spelar en avgörande roll för de konflikter och inbördes strider som utbröt i kolonin. I historieböckerna beskrivs hon som en nordisk amason. I en stor strid med skraelingar slet hon upp sin klänning, blot-

tade sina bröst och slog på dem mitt sitt svärd. Detta fick indianerna att fly fältet. Kanske trodde de att hon var en kraftfull prästinna, skriver Bryant och Gay.<sup>71</sup> Det är inte omöjligt att berättelser och bilder om stridbara vikingakvinnor kom att ha ett inflytande på föreställningen om den kraftfulla nordiska kvinnan som etablerades i USA under sent 1800-tal, och som vi får anledning att återkomma till.

Vid sekelskiftet 1900 framställs vikingarnas upptäckt av Amerika som ett historiskt faktum. Även Edward Channing konstaterar i sin omfattande *History of the United States* (sex band, 1905) att Leif Eriks-sons upptäckt av Vinland är historiskt oomtvistlig.<sup>72</sup> Den mycket spridda kortversionen för skolbruk av Channings historiebok från 1908 inleds med:

In our early childhood many of us learned to repeat the lines:

Columbus sailed the ocean blue

In fourteen hundred, ninety-two.

We thought that he was the first European to visit America. But nearly five hundred years before his time Leif Ericson had discovered the New World. [---] Precisely where Vinland was is not known. But it certainly was part of North America. Leif Ericson, the Northman, was therefore the real discoverer of America.<sup>73</sup>



Som omnämnts ovan har ett flertal vikingafynd gjorts i Nordamerika. Faktiskt har, sedan Carl Christian Rafns *Antiquitates Americanæ* 1837, mer än femtio fyndplatser och minst sjuttiofem artefakter i USA attribuerats till vikingarna. Till fynden hör bland annat svärd, hillebarder, spjut, sköldar, skedar, knappar, mynt, runinskriptioner, fort, ruiner, förtöjningshål, båthus med mera.<sup>74</sup> Innan vi går vidare med receptionsstudien finns skäl att kort redogöra för några av de mest uppmärksammade fynden, samt några sentida byggnader och konstverk de inspirerat.

## Newport

Den tornruin som står i centrala Newport anses idag av de flesta vara resterna av en väderkvarn, uppförd av Benedict Arnold (1615–1678) vid 1600-talets mitt. Ruinen har en mycket märklig utformning, med ro-

manska valv burna av kraftiga kolonner, olik hur väderkvarnar vanligen ser ut. Utgrävningar och historiska dokument pekar dock på att den sannolikt är byggd på 1600-talet, och det finns även en liknande byggnad i Warwickshire, England, som Arnold kan ha varit bekant med.<sup>75</sup> De som ännu försvarar tornet som en vikingatida konstruktion pekar å sin sida på alla de avvikelser som finns med väderkvarnar, samt likheten med romanska rundkyrkor och baptisterier.<sup>76</sup> Andra anser att tornet kan vara ett portugisiskt tempel, ett kinesiskt fyrtorn eller ett skotskt vaktorn.<sup>77</sup>

Under 1800- och det tidiga 1900-talet var Newporttornet ett konkret bevis på vikinganärvaro i Rhode Island, välkänt inte minst genom Longfellows ovan citerade dikt. Newport var sommarviste för många av Amerikas rikaste familjer och vid århundradets slut fick flera av husen där vikingainspirerade detaljer. Ett exempel på detta är Catherine Wolfes Vinland Estate (nu McAuly Hall, Salve Regina University). Gårdens olika byggnader ritades av Bostonarkitekterna Peabody & Stearns och uppfördes 1880–82, och huvudbyggnaden hade vikingatema. Till denna beställdes sju glasfönster ritade av Edward Burne-Jones med vikingamotiv från firman Morris & Co som också stod för möblerna.<sup>78</sup> Till bibliotekets dekorativa utsmyckning hörde en väggmålning utförd av Walter Crane 1882, inspirerad av Longfellows "The Skeleton in Armor".<sup>79</sup>

Ett lite senare nedslag av vikingaromantik återfinns i Marblehead, Massachusetts. Här lät Waldo Ballard 1925 uppföra en "replik" av Erik den Rödes sedan länge försvunna fästning Brattahlíð på Grönland. Castle Brattahlid, på nummer 2 Crocker Park Lane, döptes av en senare ägare om till "Herreshoff". Det är en monumental stenbyggnad, med inspiration hämtad från ett flertal medeltida byggnader i Europa, som till stora delar dekorerades av Ballard själv. (Jämför även Vikingsborg och Vikingsholm i kapitlet "Svensk arkitektur i USA".)

Knappt tolv svenska mil norr om Newport ligger Worcester, Massachusetts. Här arbetade den svenske immigranten Albinus Hasselgren (1880–1916) på ett litografiskt tryckeri, innan konstnärsbanan tog över. I Worcester fanns en stor svensk-amerikansk befolkning, som vårdade sin etniska tillhörighet och Hasselgren förefaller ha varit engagerad i immigrantkulturen. Han uppträdde på teaterscener, musicerade och utförde kyrkomålningar för de "svenska" kyrkorna. Omkring 1908 målade han också sitt märkligaste verk: *Vinland 1127*.<sup>80</sup> Den reproducera-des i immigranttidskriften *Prärieblomman* 1912 och väckte uppenbarli-



gen uppmärksamhet. Hasselgren höll föredrag om dess motiv och blev intervjuad av *Worcester Sunday Telegram*. I målningen avbildas en stor grupp vikingar och indianer, framför en knuttimrad kyrka med valmat tak. Amerikas gamla och nya befolkning lever alltså fridfullt tillsammans, och båda grupperna tillber den kristne guden.

Till höger står Newport Tower med ett ojämnt utformat kägeltak, tillsynes använt som baptisterium. En man med avvikande klädsel står mellan tornets pelare. Han förefaller bära mässhake, mitra och kräkla, vilket identifierar honom som biskop. Bland åhörarna står tre kvinnor som skulle kunna vara nunnor. I bakgrunden skimras ytterligare bebyggelse – det är uppenbart att det är frågan om en permanent närvaro i det nya landet, precis som för Hasselgren själv.<sup>81</sup>

Genom titeln betonas att den gestaltade scenen utspelas drygt hundra år efter de första vikingafärderna till Vinland. Redan Rafn hade gjort för troligt att Vinland var en del av vikingarnas territorier långt in under medeltiden. Stöd för detta hittades bland annat i de kyrkliga

*Vikings and indians in Albinus Hasselgrens Vinland 1127. Reproduktion ur Prärieblomman 1908. Målningens mått och nuvarande lokal är okända.*

arkiven. Under arbetet med *Antiquitates Americanae* (1837) hade Rafn ännu inte kännedom om Newport Tower, men efter att Thomas H. Webb 1839 sänt honom information om byggnaden blev den föremål för hans intresse. I *Americas opdagelse i det tiende aarhundrade* (1841) höll Rafn det för troligt att Newport Tower uppfördes på 1100-talet under biskop Eiríkr Uppsi Gnúpsson. Biskopen hade anlät till Grönland under påven Paschalis II sista regeringsår 1117. Några år senare, 1121, gav han sig iväg till Vinland, en resa som det inte finns några noteringar i annalerna om att han återvände från.<sup>82</sup> Rafn såg fram emot framtida efterforskningar för att avgöra huruvida ”den gamle Tholus i Newport [– –] har hört til en nordisk Kirke eller et nordisk Kloster, hvor afvexlende med latinske Messer den gamle danske Tunge har lydt for syv Aarhundreder siden”.<sup>83</sup>

Många byggde vidare på Rafns forskning under senare delen av 1800-talet, inte minst den franske geografen Gabriel Gravier som 1874 publicerade *Découverte de l’Amérique par Les Normands au Xe siècle* med diskussioner om bland annat Dighton Rock och Newport Tower samt franciskanermunken professor Luka Jelič (1863–1922).<sup>84</sup> Enligt Jelič beslöt sig Gnúpsson för att stanna i Vinland och viga sitt liv åt församlingen där. Det ska ha rört sig om en betydande koloni och det finns, enligt Jelič, dokumenterat att tionden fraktades till Norge från Vinland.

Ovan nämnde J. A. Enander deltog också han i diskussionen om Newport Tower. Som framgått ovan ansåg han att vikingarna hade bosättningar i Vinland långt in under 1300-talet, innan de smälte samman med indianerna. Vikingakolonin varade alltså längre än vad republiken Förenta Staterna hade gjort vid Enanders tid. I *Nordmännen i Amerika* beskriver Enander hur biskop Gnúpsson blev underrättad om ”att de nordmän, hvilka bosatt sig i Vinland å Norra Amerikas fastland och hvilka sedan 1059 egt i biskop Jon en nitisk lärare, vore, sedan dennes martyrdöd, i saknad af biskop”. Gnúpsson gav sig därför iväg till Amerika med en grupp ”prester och utvandrare”.<sup>85</sup> 1893 omnämner Enander Newport Tower endast kortfattat, men när han återvänder till frågan i den lutheranska synodens kalender *Prärieblomman* 1903 får den stort utrymme och reproduceras även i ett fotografi. Enander avfärdar att tornet skulle vara resterna av en väderkvarn. Visst kan ruinen på 1600-talet ha tjänat som väderkvarn, men det gjorde ju också Bohus fästning utan att någon för den sakens skull fått för sig att påstå att fästningen ursprungligen uppfördes som väderkvarn, skriver Enander.<sup>86</sup>

Enanders artikel i *Prärieblomman* är en sannolik inspirationskälla till Hasselgrens målning, i synnerhet som den svenske konstnären verkade inom den lutheranska församlingen i Worcester. Dessutom iscensatte immigrantföreningar runt om i USA vikingaskådespel och vikingafester vid denna tid, stimulerade av det allmänna intresset för de forntida nordmännen. Hasselgren hade också en replik av Newport Tower nära till hands, som kan ha tjänat som förlaga till målningen. Vid stranden av Salisbury Pond i Worcester hade Stephen Salisbury III i slutet av 1800-talet låtit uppföra ett vattentorn med Newport Tower som förebild.<sup>87</sup>

Hasselgrens målning visar att nordmännen var de första vita i Amerika och att deras bosättning var permanent. Den framstår härmed som en utsaga om de skandinaviska immigranternas rätt att befinna sig i landet, riktad till såväl anglo-amerikaner som italienska immigranter. Men den visar också på den kristna kyrkans långa tradition i Nordamerika, något som kan uppfattas förena katoliker och protestanter. Dessutom visar motivet hur vita och indianer lever sida vid sida, och hur ursprungsbefolkningen omvänts till den kristna tron.

Målningens titel, *Vinland 1127*, tyder på att Hasselgren tänkt sig att 5–6 år förflutit sedan biskop Gnúpsson anlände till Vinland cirka 1121. Men årtalet kan också bero på att någon missuppfattat den sista siffran. Ettor och sjuor förväxlas ofta på grund av att de skrivs olikartat i olika länder och tider. Också i andra skrifter kan man ibland stöta på att biskop Gnúpsson avreste till Vinland 1127.<sup>88</sup>

## Kensingtonstenen

1898 fälde immigranten Olof Öhman en stor asp i Kensington, Douglas County, Minnesota. Insnärd i dess rötter låg en flat sten med runinskrifter.<sup>89</sup> Argumentet att trädet med tanke på dess tjocklek (cirka 25 cm) bör ha varit äldre än Öhmans farm har varit viktigt för runstenens autenticitet. Mot detta står arkeologiska och filologiska argument rörande inskriptionen om hur åtta göter och tjugotvå norrmän under en expedition till Vinland hamnade i strid med indianer år 1362. Stenen har gett upphov till hyllmeter med artiklar och böcker, de allra flesta upptagna med att argumentera för eller emot dess äkthet. Under senare år har emellertid forskare börjat betrakta den ur andra perspektiv. Ett exempel på detta är Iver Kjaer som i ett paper anför flera intressanta frågor: Varför gjorde någon en sådan inskription vid slutet av 1800-talet?

Vilken historisk, social och lingvistisk situation är stenen ett resultat av? Vilken kulturell identitet kan inskriptionen stödja?<sup>90</sup> Till dessa vill jag tillägga: Vilka föreställningar om Sverige och Skandinavien, i samtiden och forntiden, kan stenen bidra till att (re)producera?

Först och främst har upptäckten av vikingafynd som detta medfört en enorm medial uppmärksamhet som spridit kännedom om vikingarna. Kontroverserna kring fynden har på intet sätt minskat intresset. Förekomsten av vikingatida bosättningar, runstenar, vapen med mera ger dessutom berättelserna om vikingarna en lokal förankring och en känsla av historisk kontinuitet.

Med Kensingtonstenens upptäckt börjar också initiativet förflyttas från anglosaxerna på östkusten till de skandinaviska immigranterna i Mellanvästern, där stenen med tiden blivit en del av deras historia och identitet. Det råder inte skuggan av ett tvivel om att runstenen är äkta på The Runestone Museum i Alexandria, Minnesota, eller i The Runestone Park på platsen där stenen hittades, nära Kensington.<sup>91</sup> Förbipasserande och lokalbefolkning möter historien redan vid infarten till Alexandria på Highway 27 där en cirka sju meter hög replik av Kensingtonstenen står. Ett andra monumentalt tecken på vikinganärvaro möter besökaren i en park nära The Runestone Museum. Här står *Big Ole*, en viking som skapades av Robert Edgett till världsutställningen i New York 1964–65. Temat för Minnesotas paviljong var "Birthplace of America".<sup>92</sup> Det är också den text som idag står skriven på Oles sköld, med preciseringen Alexandria. *Big Ole* är omkring nio meter hög. Han är klädd i en kort tunika och bär en vingprydd hjälm. Hans långa skägg och hår var ursprungligen grått, men målades nordiskt gult vid en renovering 1991.<sup>93</sup> Han håller ett spjut i sin högra hand, och vid hans bälte hänger ett bredbladat svärd.

Inne på museet finns den riktiga runstenen i en glasmonter. Runtomkring finns fler vikingafynd. En sten med förtöjningshål ("mooring hole"), yxor, tändstål och en spjutspets. På väggarna berättas om vikingarna, deras expeditioner och om Olof Öhmans upptäckt. Det finns också en kort videofilm som ger en koncis introduktion till Kensingtonstenen. Den visar hur vikingarna tog sig från Hudson Bay, via Nelson River och Lake Winnipeg till Minnesota; "Them boys were here all right!", säger speakerrösten.

Farmers Bank i Alexandria hade tidigare en stor målning som föreställer hur runstenen en gång höggs. Den finns sedan 1970 i museet och bidrar ytterligare till att stenen vävs in i den lokala historien. Den



målades 1950 av William Grikis, från Lettland, och visar hur en ung viking hugger in inskriptionen under diktamen från en äldre man – den ende i bilden med vingförsedd hjälm på huvudet. Vapnen och verktygen på bilden påminner om dem i montrarna framför.

Museet äger också ett vikingaskepp, byggt med traditionella metoder för vikingautställningen på Smithsonian Institute i Washington D. C. 2000. Den är utförd i skala 3:4 efter det vikingaskepp som hittats i Roskildes hamn. Skeppet är inte utställt tillsammans med de andra vikingafynden, utan i en avdelning med båtar och sjöliv. Härigenom binds dåtid och nutid samman: "With a crew of four to eight men, it could have carried cargo around the North or Baltic Seas or even the rough water of the North Atlantic. Freight included trade goods, livestock and people heading abroad to find new land", berättar informationsskylten.<sup>94</sup>



På platsen där Öhlund hittade stenen finns idag Kensington Runestone Park. Den innehåller en minnessten över fyndplatsen, samt en minnessten över de donatorer som gjort parken möjlig. Minnesstenen, rest 1948, återger runinskriftioner samt förklarar att "historians have identified these intrepid men as the Paul Knutson expedition sent into the west in 1355 by king Magnus Erikson of Norway and Sweden".<sup>95</sup>

Oavsett vad arkeologer och historiker säger och skriver om Kensingtonstenen och de andra vikingafynden i Minnesota, ingår de sedan länge i Minnesotabornas kollektiva historia. Det berättas om dem i skolorna och barnen som bor nära får se dem. Berättelsen om de tjugotvå nordborna har också tagits upp i mytologin kring fotbollslaget Minnesota Vikings (se nedan), vilket ytterligare bidrar till att hålla historien vid liv.

## Follins Pond

Historikern Frederick J. Pohl – som inte ska sammanblandas med science fiction-författaren med samma namn – har pekat ut lämningar vid Follins Pond nära Bass River på Cape Cod som den plats där Leif Eriksson slog läger.<sup>96</sup> Även om dessa fynd attribuerats till 1700-talet av Massachusetts Archeological Society lever den vidare i samtida gudieböcker till Cape Cod.<sup>97</sup>

Erikson navigated his vessel the length of Bass River, some five miles into the heart of Cape Cod, to Follins Pond, which today separates Dennis and Yarmouth. Here he anchored, went ashore and built shelter. Folklore tells that Leif sent two Gaelic members of his crew, a woman named Haekia and a man named Haki, both fleet of foot, to explore the land. They returned proclaiming that the territories through which they traveled were rich with vegetation, and in their arms they carried the proof. Leif named his newly explored land Vinland for the grapevines that grew here at the time in such abundant fashion. The Norse expedition spent the winter at the settlement on Follins Pond. Come spring, they loaded up their vessel with the fruits of the Cape and departed for Greenland and Iceland beyond. It is believed that Leif Erikson never again returned to his Vinland.<sup>98</sup>

Betydelsen av detta slags guideböcker ska inte underskattas. Det finns på många platser i USA lokala historiska sällskap, museer och privatpersoner som gärna vidareförmedlar den lokala och regionala historien till besökarna. Dessa delar inte alltid vetenskapssamhällets syn på källkritik och perspektivering. Eftersom privata initiativ har varit vanligare i USA än i Sverige, och i högre grad accepterats, finns det också gott om minnesmärken med förklarande skyltar, vilkas budskap den kritiskt lagda besökaren får ta med en nypa salt.

## Dighton Rock

Den märkliga sten med inskriptioner som tidigare låg i vattenbrynet vid Taunton River norr om Fall River är ett av de mest intressanta exemplen på hur tolkningar av arkeologiska fynd binds samman med etniska hemkomstmyter. Till dess att den togs upp 1963, översköldes den cirka tre meter långa sandstenen dagligen av tidvattnet som stiger upp i floden. På sin ena, tämligen flata sida har stenen ett antal svårtydda inskriptioner. Den förste vite att uppmärksamma dessa var pastorn John Danforth 1680. Enligt honom var det fråga om indianska petroglyfer och han satte dem i samband med deras berättelser om hur främmande män kommit på floden i ett flytande hus och slaktat många indianer. Hundra år senare föreslog fransmannen Antone Court de Gebelin på basis av teckningar att det var frågan om ristningar utförda av feniciska sjömän. Som nämnts ovan utgick även Carl Christian Rafn från sig tillsända teckningar när han 1837 fastslog att ursprunget till inskriptionerna var Thorfinn Karlesfnis expedition till Vinland. Den senaste tolkningsversionen började utvecklas 1918 då psykologen Edmund B. Delabarre tyckte sig kunna utläsa årtalet 1511 på stenen, vilket

efter efterforskningar om vad som hände vid den tiden fick honom att sluta sig till att ristningarna sannolikt hade med portugisen Miguel Corte Real att göra. Corte Real gav sig 1502 iväg till Nordamerika på jakt efter sin försvunne bror, och återvände aldrig till Europa. Teorin fick ytterligare stöd 1951 när språkläraren Joseph D. Fragose upptäckte tre portugisiska kors på stenen – tecken som de använde för att markera portugisiska upptäckter. Denna teori har sedan 1960-talet utvecklats av läkaren Manuel Luciano da Silvia i en rad skrifter. Han jämför bland annat stenen med odisputerbara portugisiska kors i Afrika och Asien, och använder även äldre berättelser om ljushylta indianer i området som stöd för tidig portugisisk närvaro.

Stenen blev 1954 omgärdad av en State Park. 1973 placerades den i en oktagonal byggnad som 1978 kompletterades med ett anslutande litet museum. Museet tar inte ställning i attributionsfrågan. De fyra teorierna presenteras på varsin vägg i det inledande rummet. Men i en glasmonter med litteratur om stenen nära vaktens skrivbord är det enbart den portugisiska versionen som finns representerad. Det tycks också vara denna berättelse som har starkast lokal förankring, inte minst genom den katolska kyrka, St Bernard, som finns i Assonet på andra sidan floden. Den används i en berättelse om katolsk närvaro i regionen sedan 1511 och en kopia av stenen har placerat utanför kyrkan. Dess portugisiska kors återfinns även i kyrkans logotyp och yttre utsmyckningar.

Tolkningarna av ristningarna hänger alltså tydligt samman med styrkeförhållanden mellan olika intressegrupper. I rummet där stenen visas finns ytterligare ett bidrag till tolkningen: ett konstverk från 1976 av Adriana Tegu. Det är utfört som ett slags stenkollage och visar indianansikten på ett sätt som för tankarna till Gutzon Borglums presidenter i Mount Rushmore.

## Heavener-runstenen, Vinlandskartan med mera

De flesta forskare anser att inskriptionerna på Kensingtonstenen är huggna under 1800-talet. Leif Eriksson-inskriptionen vid No Man's Land, Massachusetts, upptäckt 1926, har avfärdats som en förfälskning. Andra fynd i Byfield och Bourne, Massachusetts, Newport, Rhode Island, Popham Beach, Manana Island och Ellsworth, Maine, har antingen förklarats vara utförda av indianer eller naturliga sprickor i berget.<sup>99</sup> De så kallade Beardmorefynden i Ontario, Kanada, 1931 visade sig visserligen vara vikingatida, men förvärvade i England och

planterade på platsen. De många fynden av hillebarder har förklarats vara tobaksskärar. Runinskriftionerna i Le Flore County, Oklahoma, debatteras fortfarande. De har varit kända sedan tidigt 1800-tal och kan ha sitt ursprung i en tidig fransk expedition i början av 1700-talet. Fortfarande upptäcks inskriftioner och runstenar runt om i USA. De flesta lever ett ganska kortvarigt liv i medierna.<sup>100</sup>

I Oklahoma finns också Heavener-runstenen.<sup>101</sup> Det finns olika uppfattningar om när stenen upptäcktes. Den första ögonvittnesskildringen lär vara från 1898. Dess moderna rykte är dock till stora delar Gloria Farleys förtjänst. Hon hade sett den redan som barn, och kom från slutet av fyrtioalet att som amatörforskare ägna sig åt den och andra mystiska inskriftioner, huvudsakligen i Mellanvästern.<sup>102</sup> Farley ägnade runinskriftionerna i Oklahoma en stor del av sitt liv och anser det sannolikt att vikingar följde Mississippis flodsystem upp genom Arkansas och längs Poteau River. Ytterligare fyra runskrifter hittades i närliggande områden i slutet på sextioalet.<sup>103</sup>

Många forskare pekade redan i slutet av 1800-talet på att det kring år 1000 kända Vinland knappast kan ha omfattat mer än nordöstra Kanada, dvs. knappast ha sträckt sig ned till New England. Dessa studier, bland andra dansken Gustav Storms *Studies On The Vinland Voyages* (1888), mötte protester från de skandinaviska immigrantmiljöerna. Storms bok diskuterades i immigranttidningarna, och han fördömdes inte sällan som illojal.<sup>104</sup> När Vinlandskartan dök upp i slutet av 1950-talet ville många forskare tro på dess autenticitet. Den medeltida kartan med latinsk text, visade den kända världen inklusive Vinland. 1964 donerades kartan till Yale University, vars forskare daterade den till omkring 1440, alltså mer än 50 år före Columbus transatlantiska resa. Med känsla (?) för tajming aviserade Yale University Press på Columbus Day 1965 publiceringen av denna autentiska Vinlandskarta, vilket ledde till upprörda känslor hos amerikaner med italienskt påbrå.<sup>105</sup> Under de följande åren rasade debatten om kartans autenticitet. En kemisk analys 1974 av bläcket som använts till kartan satte länge stopp för diskussionen, eftersom det indikerade en tillkomst efter 1920. En ny studie 1996 har emellertid givit nya argument för en äldre datering,<sup>106</sup> även om en majoritet av vetenskapssamhället står fast vid att det är fråga om en sentida fabrikation.<sup>107</sup>

Hur den fortsatta diskussionen om Vinlandskartan än må gå, finns det ändå ett arkeologiskt argument för vikinganärvaro i Nordamerika: en väldokumenterad vikingatida boplats utgrävd med början 1961 i

L'Anse aux Meadows, Newfoundland. Det finns även andra fynd som utan tvivel tillhör vikingakulturen, exempelvis ett norskt mynt från 1000-talet som påträffats i Maine. Även om det finns de som ser det som ytterligare bevis på Leif Erikssons landstigning i New England, kan detta och liknande fynd ha nått Nordamerika på andra vägar än nordmännens Vinlandsexpeditioner (exempelvis handel).

## Vikingaikonografi

Vikingaberättelser och vikingafynd i all ära, men det finns en kanske än viktigare orsak till det aldrig tynande intresset för vikingar: de är visuellt sällsynt slagkraftiga gestalter. Drakar och horn är antagligen de främsta skälen till vikingarnas sentida framgångssaga. Under de senaste 200 åren har de lyckats absorbera flera andra (för)historiska kulturer. Allt från grottmänniskor till medeltida riddare, kelter och anglosaxer ryms idag inom det utvidgade vikingakonceptet i serietidningar, film och dataspel.

De fyra viktigaste vikingattributen, den ving- eller hornbeklädda hjälmen, dryckeshornet, runstenen/ättehögen och drakbåten, etablerades alla under 1800-talet, även om genealogierna går tillbaka till förhistorisk tid.<sup>108</sup> Dryckeshornet blev ett vanligt inslag i skandinaviska medelklasshem under seklets andra hälft. Båten får sin stora genomslag efter de arkeologiska utgrävningarna av vikingaskepp i Norge och Danmark under senare hälften av 1800-talet, och den hornbeklädda hjälmen etableras vid sekelskiftet 1900.

Möjligen skulle ett femte attribut kunna läggas till: flugsvampen. Den dök upp som en förklaring till vikingarnas bärsärkagång under sent 1700-tal och kom att bli en etablerad del av vikingamyten under 1800-talet. Till skillnad från de fyra förstnämnda, hjälmen, hornet, runstenen och båten, har svampen emellertid aldrig blivit något vanligt inslag i visuella framställningar av vikingar. Även om svamparna lär ha kunnat förvandla fredliga nordbor till frustande bärsärkar, tycks de sakna erforderlig visuell uttrycksstyrka.<sup>109</sup> De återfinns idag främst på webbsajter med inspiration från vikingarna, som inte sällan uppmuntrar till drogexperiment.

Av särskilt intresse i detta sammanhang är de skillnader som finns mellan USA och Skandinavien, både vad gäller vilka attribut som oftast förknippas med vikingarna, och deras symbolvärde. Ättehögar förekommer till exempel knappast alls i amerikanska framställningar, men

är vanliga i skandinavisk bildkonst från romantiken och framåt.<sup>110</sup> För en skandinav signalerar gravhögen en kontinuitet i tid och plats, som inte låter sig överföras till amerikansk jord, även om Kensingtonstenen och Newporttornet tangerar samma känsla. Det är skillnad på enstaka tecken på vikinganärvaro i det förflutna, och upplevelsen av att trampa samma mark som sina förfäder.

Inte heller dryckeshornet är särskilt vanligt i USA, i synnerhet inte utanför de skandinaviska immigranterkretsarna. Enligt Julius Caesar drack germanerna ur ornamenterade dryckeshorn tillverkade av djurhorn. Ett fåtal horn har hittats vid arkeologiska utgrävningar, men horn är ett relativt förgängligt material. Från romersk tid finns även dryckeshorn i glas. Ett rikt ornamenterat exemplar i glas, daterat till 200 e.Kr., har hittats i Östra Varv.<sup>111</sup> Bruket av dryckeshorn levde vidare in på högmedeltiden.

Under romantiken fick dryckeshornet en renässans. Att dryckeshornet, som alltså inte specifikt hör samman med vikingarna, ändå blivit starkt förknippad med dem, har sannolikt att göra med myterna kring deras hedonistiska leverne, mjöddrickande och bärsärkagång. I Sverige nyintroducerades dryckeshornet på bred front av Götiska förbundet under 1800-talets första decennier vars medlemmar drack sina skålar ur horn. Senare under 1800-talet blev det mer drickvänliga stopet, gärna försett med ”fornnordisk” ornamentik, en allvarlig konkurrent till hornet bland dem som ville höja sin bågare på ett traditionsrikt sätt. Men i bildproduktionen intar vare sig dryckeshorn eller stop någon framträdande position och blir under 1900-talet alltmer ovanliga i vikingaskildringarna, såväl i Sverige som i USA.

De två attribut som framför andra utkristalliserats som vikingarnas främsta kännemärken är den hornbeprydda hjälmen och den drakhuvudförsedda långbåten.

Regelmässigt inleds idag nästan alla historieböcker om vikingar med tillrättaläggandet att de inte bar hornbeprydda hjälmar. Detta trots att nästan alla avbildade vikingar har det, i synnerhet under 1900-talet.

Riktigt hur vikingarna fick sina horn är oklart. Redan grekiska och romerska författare skrev om nordbornas märkliga huvudbonader. Plutarchos beskrev att Cimbri hade hjälmar som fick dem att likna vilddjur,<sup>112</sup> och enligt Diodorus Siculus hade gallerna hjälmar med horn och vingar.<sup>113</sup> Det finns också några arkeologiska fynd från norra Europa av hornbeklädda hjälmar,<sup>114</sup> samt bilder som tycks avbilda människor med hornförsedda hjälmar. De flesta av fynden är dock från tiden

före vikingatiden och hjälmarna tycks endast ha använts för ceremoniellt bruk.

I mer modern visuell kultur dyker hjälmar med vingar eller horn åter upp på 1600-talet, kanske som följd av studier av antika skrifter, eller medeltida heraldik.<sup>115</sup> Det första arkeologiska fyndet, två guldhorn med bilder som tycks visa hornbeklädda hjälmar, hittades nära Gallehus i Danmark 1639 respektive 1734, och dateras numer till omkring 450 e.Kr.<sup>116</sup> Under 1800-talet reproduceras de i flera spridda arkeologiska verk och kan på den vägen ha kommit att inspirera konstnärer.

Nordbor med ving- och hornprydda hjälmar förekommer också i andra avbildningar, såsom hållristningar,<sup>117</sup> vävnader, mynt och sniderier. Många är dock omtvistade eftersom det är svårt att avgöra vad de egentligen föreställer (horn, månskära, vingar, ormar...?). Det är snarare så att 1800-talets vikingabilder fick forskare att vilja hitta belägg för att vikingahjälmarna hade horn, än att faktiska fynd inspirerade den samtida visuella kulturen.

Under det tidiga 1800-talet var hjälmar med fjädrar vanliga vikingaattribut. Vinghjälmarna tycks ha tagit över mot seklets mitt, medan de hornbeklädda hjälmarna får sitt definitiva genombrott under 1800-talets slut. Dessa olika slags fantasifulla huvudbonader är emellertid inte alls begränsade till just vikingar. Snart sagt varenda tysk hjälte har avbildats med hornbeklädd hjälm, skriver vikingaexperten David Wilson. Skandinaverna tycks dock ha varit restriktiva och avstod från hornhjälmarna fram till mitten av 1800-talet.<sup>118</sup>

När det gäller framväxten av en visuell ikonografi kring vikingarna var de illustrerade utgåvorna av *Frithiofs saga* betydelsefulla. Tegner nämner vid ett tillfälle Frithiofs hjälm med örnvingar.<sup>119</sup> 1828 utkom ett separat häfte med litografiska illustrationer av Hugo Hamilton, där Frithiof från och med 16:e sången bär en hjälm med stora uppåtriktade vingar på hjälmen. Även i 1831 års utgåva, illustrerad av Johan Holmbergsson, bär Frithiof en vingprydd hjälm, men i de följande utgåvorna återfinns inga vikingahjälmarna. Johan August Malmström tar åter upp bruket med vingar på hjälmarna (1879 och 1888), men de är ytterst diskreta. Han tycks inte ha avbildat några hjälmarna med horn.<sup>120</sup>

När det kommer till de internationella utgåvorna av *Frithiofs saga* varierar utseendet på huvudbonaderna. Den första fullständiga engelska utgåvan, *Frithiof's Saga, A Legend of the North*, 1839, i översättning av George Stephens, gavs ut i samarbete mellan Albert Bonniers förlag i Stockholm och Black and Armstrong i London. Boken trycktes i Stock-

holm och innehåller sjutton illustrationer och därtill tolv notblad. Den inledande dedikationen går i unionspräglade tecken till Esaias Tegnér "whose genius is the uniting glory of the illustrious republic of Norway, the home-land of Frithiof's saga, and of the ancient monarchy of Sweden, the home-land of Frithiof's bard..."<sup>121</sup> Förbrödringen avspeglas också i valet av illustratörer; svensken Egron Lundgren och norrmanen Jakob Calmeier.<sup>122</sup>

Lundgrens och Calmeiers illustrationer är huvudsakligen obefolkade. I de fall människor förekommer är de små och omöjliga att utläsa i detalj. Flertalet av illustrationerna är miljöbilder av platser som omtalas i sagan, de andra visar föremål, som dryckeshorn, blåsinstrument, vikingaskepp och runstenar. "These items seem like exhibits for an as yet unbuilt museum of northern antiquities. They represent an early display of what became staple items in Victorian old northern iconography," skriver Wawn.<sup>123</sup> Förutom hornhjälmarna finns här alltså det mesta av vad som skulle bli den etablerade vikingaikonografins runstenar, armband och slädar har ornament i drakstil, och båten har såväl drakhuvud som draksvans.

Flera forskare har pekat på teatern som en trolig födelseplats för den hornbeklädde vikingen. Det fanns under 1800-talet ett flertal fantasifulla huvudbonader med allehanda horn och vingar som brukades på scenen. Betydelsefull för permanentandet av hornen på vikingahjälmarna är antagligen Richard Wagner. Wagner och hans scenograf J. Noerr använde en hornförsedd hjälm i *Tristan und Isolde* 1865. Även Carl Emil Doepler använde i *Der Ring des Nibelungen* 1869–74 ett batteri av fantasifulla kostymer för de germanska gudarna, exempelvis vingförsedda hjälmarna på valkyrierna. Den ende som bar horn var dock Hundding i *Die Walküre*. I senare uppsättningar av Wagners operor tilltog hornen i antal. Bilder från eller inspirerade av Wagneroperorna spreds genom målningar och, inte minst, grafiska blad av bland andra Ferdinand Leeke (1859–1925).

Till inspirationskällorna kan också räknas de olika slags sociala sällskap där medlemmarna iklädde sig "fortida" dräkter.<sup>124</sup> Eftersom källmaterialet är bristfälligt är frågan svårutredd, men vad som tveklöst kan konstateras är att hornen tilltar kraftigt mot slutet av 1800-talet, för att strax före sekelskiftet vara legio i allehanda populära framställningar av vikingarna, inte minst i barnböcker.<sup>125</sup>





Även om skeppet varit en viktig symbol för vikingen alltsedan romantiken, var det först med utgrävningen av Gokstadskeppet 1880 som det fick vind i seglen.<sup>126</sup> I äldre bilder finns stor variation i hur båtarna avbildas, men i och med de arkeologiska fynden homogeniseras bilden av vikingarnas transportmedel till långbåtar med fyrkantiga sekel och drakhuvuden.

Margareta Rossholm Lagerlöf pekar på hur drakskeppet kan föras till en vidare kategori av ”upptäckts- och äventyrsskepp”. Havet och båten blir i konst och litteratur symboler för tankens och kroppens frihet, för överskridandet av fjärran horisonter. I symbolismens idévärld är havet en plats för såväl individens frihet från det borgerliga samhället, som för jagets upplösning och uppgående i kosmos.<sup>127</sup>

Vikingaskeppen är frekvent förekommande i sekelskiftets visuella kultur i stora delar av västvärlden, men deras betydelser skiftar. I Norden har de politiska och nationalistiska associationer, medan de i övriga Europa blir mer allmänna bärare av frihet och framåtanda. I brittisk konst var vikingamotiv vanliga i Arts and Crafts-rörelsen. Här återfinns också skeppen som hotfullt (kittlande) attackerar från sjön (exempelvis Frank Dicksees *Startled*, 1892), och i heroiska begravningsscener (som i Francis Dicksees vid förra sekelskiftet omåttligt populära målning *Funeral of One Viking*, 1893).

I Amerika tycks vikingarnas långskepp ha gett lite annorlunda associationer. Även om de generellt hör hemma bland bilder av frihet och företagsamhet, kopplas de mer specifikt samman med berättelser om långväga kontakter och upptäcktsresor.<sup>128</sup> På så sätt knyts de samman med berättelserna om Amerikas upptäckt och kolonisering, och till immigranternas långa resor och hjältemodiga erövring av en ny kontinent.

Betydelsebildningen vikingaskepp–långväga upptäcktsresor kommer också till uttryck i att NASA döpte sin Marsfarkost 1976 till *Viking*. Namnet hade tillkommit 1966, när utgrävningarna vid L'Anse aux Meadows just bekräftat sanningen hos vinlandssagornas berättelser.<sup>129</sup> Rymdresan till Mars blev härigenom ännu ett steg i myten om den vite mannens sökande efter nya horisonter.

## Vikingakultur

Tegnér's och Longfellow's ovan omnämnda poem lästes flitigt under hela 1800-talet och långt in på 1900-talet, och stimulerade intresset för vikingarna hos den amerikanska befolkningen. De fick sällskap av flera andra verk, som James Russel Lowells *The Voyage to Vinland* 1867 och R. M. Ballantynes romaner *Erling the Bold* (1869) och *The Norsemen in the West* (1872). De båda sistnämnda omarbetades även för barnboksserien Round Table, tillsammans med Baring-Goulds *Grettir the Outlaw* och Robert Leightons *Olaf the Glorious*.<sup>130</sup> Det anglosaxiska blodsbandste-mat understryks i *The Norsemen in the West* genom att läsaren uppmärksammas på "the not-sufficiently-appreciated fact that the blood of the hardy and adventurous vikings of Norway still flows in our veins".<sup>131</sup>

Än större genomslag fick Otilie Liljencrantz (1876–1910) triologi *The Thrall of Leif the Lucky* (1902), *The Vinland Champions* (1904), and *Randvar the Songsmith: a Romance of Norumbega* (1906). Liljencrantz var född och verksam i Chicago, dotter till en från Sverige utvandrad ingenjör.<sup>132</sup> Inspirerat av socialdarwinistiska och rasbiologiska tankegångar framställs vikingarna som en överlägsen ras, blonda och resliga i kontrast till de taniga, svartmuskiga indianerna ("skraellings"). Även de korrupta kulturerna i Sydeuropa kontrasteras mot de fria och ädla nordmännen (*Randvar the Songsmith*). Rasforskaren Charles Kingsley tillhör föga förvånande dem som Liljencrantz anför som inspirationskälla i *The Thrall of Leif the Lucky*. I trilogins avslutande del bebos Newport Tower för övrigt av sonen till Longfellow's viking (se ovan).

Förstautgåvan av *The Thrall of Leif the Lucky* var illustrerad av Margaret och Troy West Kinney, två av tidens mest anlitade illustratörer.<sup>133</sup> Allt som allt lär det finnas mer än 80 romaner med vikingatema, skrivna på engelska.<sup>134</sup> De förekommer också flitigt i barnböcker, ofta i starkt genusedifferentierande roller.

Broadwayteatern Savoy Theatre satte 1907 upp Charles Rann Kennedys vikingapjäsa *The Winterfeast*.<sup>135</sup> Omkring denna tid började man i USA även göra filmer om vikingar. Vitagraph Company (då i New York) släppte 1908 *The Viking's Daughter, the Story of Ancient Norsemen* med Florence Lawrence och James Stuart Blackton, i vilken den norska vikingadottern Theckla, blir förälskad i, och gifter sig med, en saxisk prins.<sup>136</sup> Vikingakärlek var också temat för *The Viking's Bride* från samma år, och föreningar mellan nordiska och saxiska blodsband återfinns i filmer som *The Last of the Saxons* (1910) och *The Viking Queen* (1914).<sup>137</sup>

I en tid, då degenerering och rasblandning av många ansågs hota mänskligheten, uppmuntrades de anglosaxiska immigranterna av påminnelser om det friska vikingablod som ansågs flyta i deras ådror. Snarare än att projicera vikingarna tillbaka på en avlägsen, forntida transatlantisk kultur, knöts de i dessa filmer genom ingiften i den brittiska befolkningen till samtiden.

I en påkostad, tidig Technicolorproduktion, *The Viking* från 1928, skildras hur Leif Eriksson (i filmen stavad Ericsson) upptäcker Amerika. Leif drivs av både viljan att erövra ny mark och att kristna de indianer han möter. Arne Olav Lunde har pekat på hur filmen iscensätter en historia med klara paralleller till hur Columbus sänds iväg och upptäcker den nya världen, både i hur handlingen är konstruerad och i gestaltningen av enskilda scener.<sup>138</sup>

Manus, som var baserat på Liljencrantz *The Thrall of Leif the Lucky*, skrevs av Jack Cunningham, som tidigare bl.a. skrivit *The Covered Wagon*, om erövringen av Vilda Västern.<sup>139</sup> Filmerna har klara beröringspunkter; de handlar om hur den vita rasen tränger allt längre västerut, i kraft av sin moraliska och fysiska överlägsenhet. Vikingarna skildras som kraftfulla, för att inte säga brutala, men hos Leif Eriksson hålls brutaliteten i schack av hans kristna tro.

Filmerna iscensätter den nu väletablerade bilden av vikingar med Valkyrialiknande kvinnor, stenslott och hjälmar med horn. I filmen räddas ett England, som hotas av degenerering och därför inte kan stå emot vikingarnas attacker, av skandinavernas friska blod. Att de brittiska immigranterna i USA har vikingablod i sina ådror understryks av att filmen inleds med uppmaningen: "Come back with us into the boyhood of the Anglo-Saxon race..."<sup>140</sup> För att ytterligare betona kontinuiteten avslutas filmen med en vy över Newport Tower, med bilar i förgrunden. Texten berättar om hur Leif återvände till Grönland, medan Helga och en handfull andra vikingar blev kvar: "What became of this little Viking colony, no one knows... But the watch tower they built stands today in Newport, Rhode Island." Samtidigt övergår soundtracket från Griegs Triumfmarsch ur *Sigurd Jorsalfar*, till en kör som sjunger de avslutande takterna av *The Star-Spangled Banner*, som om de fria och modigas hemland hade vikingarötter.<sup>141</sup>

Någon succé hos kritikerna blev emellertid inte filmerna. Mordaunt Hall skriver i *New York Times* att figurerna ser ut som om de just klivit ut ur en komisk opera. Några väderbitna vikingar fick publiken inte se; ironiskt kommenteras att vikingarna tycks ha haft utmärkta rakhyvlar

som de använt varje morgon. Den kvinnliga huvudrollsfiguren, Helga, spelad av Pauline Starke, hade en uppsättning olika ombyten med på det lilla vikingaskeppet inklusive en bröllopsklänning...

...which comes as quite a surprise, for that she is thus prepared for the wedding ceremony, especially considering she is virtually a stowaway aboard the vessel after it slips away from the murderous Eric's stronghold in Greenland. Miss Starke, however, succeeds in looking very attractive and in doing a great deal to call attention to her figure.<sup>142</sup>

Inte heller hos *Varietys* kritiker fann filmen nåd, som sägs bäst lämpa sig för vuxna och studenter i amerikansk historia. Trots historielektionen lyckas recensenten förlägga handlingen till 1400-talet. Alltför mycket kostymer och peruker, och för lite relief åt karaktärerna är *Varietys* omdöme om filmen.<sup>143</sup>

Efter andra världskriget uppstod en viss tveksamhet till vikingarna i Skandinavien, eftersom de använts av den nazistiska propagandapparat. Någon sådan tveksamhet kan emellertid inte anas i USA – tvärtom. Femtioalets vikingavåg i USA hade sannolikt sitt ursprung i Frans G. Bengtssons (1894–1954) *Röde Orm* (1941 och 1945). 1954 publicerades den i engelsk översättning under titeln *The Long Ships* och blev en stor försäljningssuccé. Det fanns planer på filmatisering, men de grusades på grund av copyrightproblem i samband med författarens död.

Omkring 1956 började Kirk Douglas planera för en film baserad på en annan Vikingaroman – Edison Marshalls *The Vikings*. Marshall (1894–1967) skrev flera historiska romaner, med en produktionstakt på nästan en bok om året. Filmen *The Vikings*, 1958, handlar om halvbröderna Einar (Kirk Douglas) och Eric (Tony Curtis), och deras kamp om den walesiska prinsessan Morgana (Janet Leigh). Manuset reproducerar många av de gängse föreställningarna om vikingarna, inte minst deras brutala och krigiska sidor samt hedonistiska festande, men filmens regissör Richard Fleischer var, liksom Kirk Douglas, angelägen om att visa fram en historiskt korrekt bild. Flera av scenerna spelades in i Norge, vikingarnas hjälmar saknar horn och skeppens utformning baseras på vikingaskeppen på Bygdøy.<sup>144</sup>

Kritikerna noterade att det var mycket utanpåverk, i synnerhet slagsmål och fester. Liksom Mourdant Hall trettio år tidigare inför *The Viking* (1928) beskriver Bosley Crowther filmen i termer av ett fantasifullt teaterstycke: "It's strictly a Norse opera, in two words."<sup>145</sup> *New York Times* inflytelserika kritiker noterar också likheten med Vilda Västern-

filmer, som ju har en likartad tematik (upptäcksfärder västerut, strider, sprit, kärlek, med mera).

Även om vikingaskeppen i en inledande scen seglar in i fjorden till tonerna av "Ack Värmeland du sköna" är det Norge och inte Sverige som framstår som vikingarnas hemland. Kirk Douglas hade ambitioner på att ge en "sann" bild av vikingarna. Tendensen har annars varit att de blivit inskrivna i alltmer fantastiska sammanhang. I Robert Stevensons Jules Verne-liknande film *Island on the Top of the World* från 1974, upptäcks en vikingakoloni på en vulkanö nära Nordpolen. Vikingarna har varit isolerade på ön i 1 000 år och har blivit ovilliga att resa och rädda för främlingar. I den samtida fantasy-kulturen blandas element från vikingaikonografin med allehanda andra element. Vår tids "viking" är en lika komplex figur som den som föddes på 1800-talet.



Den svenske (och skandinaviske) mannen var, som vi sett i tidigare kapitel, en rätt ömkansvärd figur i amerikanska ögon vid förra sekelskiftet. Han gestaltas ofta som bonnig, nervös och nästan feminin. Detta medan vikingen, hans förfäder, tillskrevs rakt motsatta egenskaper: full av mannakraft. På samma gång som de skandinaviska immigranterna betraktades som ättlingar till de modiga nordmännen, hånades de av sin samtid. Vikingen och veklingen framstår som varandras parodier, som varandras speglingar i en skrattspegel. Detta är tydligt i Hollywoodfilmen. Trots att västernfilmer och vikingafilmer har många beröringspunkter, framställs skandinaver på helt skilda sätt i dem.

Det tycks märkligt nog som om den skandinaviska immigrantkulturen sällan lyckades använda fascinationen för vikingarna till att förstärka sin image i samtiden. Istället lyckades den anglosaxiska befolkningen, som dominerade USA:s härskande klass, göra vikingarna till sina förfäder. Endast några enstaka skandinaviska personer lyckades, kanske i kraft av framgångar på andra fält, inkorporera bilden av vikingen med sig själva. Ole Bull och Anders Zorn är de främsta exemplen på detta.<sup>146</sup>

Med tanke på den visuella slagkraften och det till synes aldrig sinande intresset för vikingar förvånar det knappast att såväl skandinaviska som amerikanska företag velat använda den hornbeprydda krigaren i reklam och marknadsföring. I slutet av femtiotalet försökte Vin & Sprit

lansera den svenska "folkvodkan" Explorer i USA, under namnet Viking Vodka, men det visade sig att märket redan fanns. Även lanseringen av Explorer misslyckades trots att flaskan hade ett vikingaskepp på etiketten.

Bruket av vikingareferenser kan ofta tyckas märklig, i synnerhet när produkter förenade med den moderna tiden sammankopplas med forntidens nordmän. Sweden House i New York marknadsförde på fyrtioalet svenska smycken med följande argument: "The Vikings Knew How... to romance their friends with unique presents. The magical lore of the Viking Kings is yours... dramatically captured in this unusual jewellery – handcrafted in Sweden by native artisans."<sup>147</sup>

På utställningen Swedish Modern and Ancient 1958 på Jordan Marsh & Co såldes "the Viking-platter" från Nils-Johan. Det är en organiskt formad serveringsbricka som kunde fås i rostfritt, mässing, lackerad eller försilvrad. Runt kanten finns motiv från svenska hållristningar. Formgivningen kombinerade härigenom två disparata "traditionella" motiv – vikingablod och hållristningar – med en samtida form och ett modernt material (fr.a. i det rostfria utformandet). Serveringsbrickan är utomordentlig för cocktailglas, glass, sandwiches, popcorn och kakor, skriver Nils-Johan i presentationen; svensk tradition och amerikansk modernitet i perfekt samklang.<sup>148</sup>

Ett annat område som är befolkat av vikingar är de svenska företagens förråd av presentartiklar. Saab hade i slutet av sextioalet små keramikvikingar och fällknivar med fornnordisk ornamentik runt Saab-emblemet.<sup>149</sup> Under sjuttioalet tillkom bland annat både en glasviking och ett vikingaskepp i glas (sistnämnda tillverkat av Pukeberg).<sup>150</sup> Också Volvo hade en viking från Pukeberg i sitt presentsortiment, liksom trävikingar och dalahästar.<sup>151</sup> Volvo hade också sin Viking Club för återförsäljare.



Joanne M. Mancini pekar i en längre artikel på hur vikingarnas betydelse i amerikansk historia minskat sedan sekelskiftet 1900.<sup>152</sup> För hundra år sedan tycktes en alternativ historieskrivning om Amerikas upptäckt vara på väg att vinna allt bredare gehör. Rasmus Anderson krävde då att amerikanska skolor skulle lära ut att nordborna var amerikanernas gemensamma anfäder.<sup>153</sup> Idag är Leif Erikssons namn tämligen okänt bland amerikaner i allmänhet. Endast lokalt – framför allt i Min-

nesota – är arvet från vikingaintresset vid sekelskiftet 1900 levande och starkt. Vikingarna ingår visserligen i grundskolans historieundervisning på många håll i USA, men inte med de förtecken som Anderson önskade.

Även om vikingarnas betydelse i den amerikanska historieskrivningen minskat, är intresset för dem omfattande och de tenderar, som ovan påpekats, att upptas bland de stora högkulturerna. Vandringsutställningen om vikingar som öppnade på National Museum of Natural History den 29 april 2000 drog anseelig publik och katalogens första utgåva om 43 000 exemplar sålde snabbt slut.<sup>154</sup> Men det var inte äventyrarna och upptäckarna som betonades. Vad som istället framhölls var att vikingarna var jordbrukare och handelsmän.<sup>155</sup>

Vikingarna har på ett paradoxalt sätt numer blivit både fredliga kulturbyggare och vansinniga råbusar. De förekommer tämligen ofta i samtida visuell kultur, inte minst i reklam. Man möter otaliga hornhjälmor runt om i USA, i sporten och i otaliga varumärken och firmamamn. Utan att vara en systematisk vetenskaplig studie är mitt intryck av resor kors och tvärs genom USA att frekvensen av vikinganamn är starkast i norra Mellanvästern och New England.

De mest kända vikingarna i USA är tveklöst fotbollslaget The Minnesota Vikings, som man kan se i tevesända sammandrabbningar från NFL. Laget bildades 1961 och bär färgerna lila och guld. Loggan föreställer en blond viking, med mustasch och spetsiga horn och spelarna har bilder av horn på sidan av hjälmarna. Supportrarna bär ofta så kallade "Helga Hats", vikingahjälmor i lila och guld, och sjunger stridssången "Skol, Vikings!"

Hos supportrarna binds historia och samtid samman. De alltför magra sportsliga framgångarna uppfattas bero på en förbannelse, uttryckt i Kensingtonstenens inskription om 22 norrmäns (alltså lika många som i ett fotbollslag) öden i Minnesota på 1300-talet. De tio som färgades röda av blod, syftar på fotbollslagets skador och nederlag.

I filmer, data- och tevespel förekommer ofta "vikingar", ibland i märkliga blandformer. De framställs genomgående som okultiverade och brutala. En kort sekvens ur *Serendipity* (Peter Chelsom 2001) kan tjäna som exempel. New Age-musikern Lars Hammond (vars namn tycks referera både till Sverige och orgelmusik) har invändningar mot sin senaste musikvideo, där han spelar det indiska blåsinstrumentet shenai omgiven av vikingar:

Lars: No, no, no, cut, cut.

Lars' agent: What's the problem?

Lars: Well, the problem is you can't fight off an army of blood-thirsty Vikings with a shenai, it's illogical.

Lars' agent: No, no, see, you're lulling them into submission with the music. See, that's the whole point of the song, really, mystic surrender.

[the Viking is covering his ears in agony]

Lars: You don't think he looks like he hates the music?<sup>156</sup>

Även i seriernas värld lever vikingarna vidare. 1962 började Marvel Comics ge ut serien *The Mighty Thor*, skriven av Stan Lee och ritad av Jack Kirby. Som så ofta med Marvel-serierna bär historien på komplexa övertoner. Under de första åren är Thor ett alter ego till den veke Dr Don Blake, ungefär som i relationen Clark Kent–Stålmannen. Blake hittar den magiska hammaren i en grotta som ger honom övernaturliga krafter. Men tiden tar Thorgestalten helt över serien, vilket förklaras med att Odin (hans far i serien) hade fördunklat sin sons minne och fått honom att tro att han var en dödlig. Även om Thor gör sig av med sin Blake-persona fortsätter han emellertid att stå på människornas sida.

Thor bär i serien vingar på sin hjälm, medan Odin och Loke har horn. Han har långt blondt hår och är – förstås – välbyggd under den nästan heltäckande rustningen.

En anslående kontrast till *The Mighty Thor* är *Hägar the Horrible*, en småfet vikingahövding som såg dagens ljus 1973. Serien, skapad av Dik Browne och upprätthållen av hans son Chris,<sup>157</sup> använder ett slags vikingascenografi (inklusive drakar och riddare) för att skämta om amerikanskt medelklassliv. Idén till serien sägs vara löst baserade på Henrik Ibsens drama *Hærmennene på Helgeland* (på engelska under titeln *The Vikings of Helgeland*), men gestalterna, inklusive Hägar (Hagbard Handfaste), har efterhand alltmer börjat påminna om Diks egen familj.

Ett slags motpol till Hägars välordnade, insocialiserade vikingaliv utgörs av det lösliga nätverk av asagudstroende nätverk som finns i USA, tillsammans med ett stort antal fristående sammanslutningar. Mattias Gardell, religionshistoriker som forskat specifikt kring dessa grupper, uppskattade 2001 antalet organiserade asatroende amerikaner till cirka 100 000.<sup>158</sup> Den moderna asatron växte fram i sextioalets motkultur, och kan ta många olika former. En del förenar inte enbart asatron med vikingamystik, utan även med nationalsocialism och väpnad kamp. De ser den vita rasen som hotad av det sionistiska nätverket som tagit makten över USA (ZOG; the Zionist Occupation Government).





I den akademiska kulturen är det snarare en normalisering av vikingarna som är den dominerande trenden. I USA ingår de ofta i universitetskurser om "World Civilizations", dvs. kurser med ett allmänt kulturhistoriskt upplägg. De beskrivs i dessa kurser inte som ett främmande undantag, utan som en i en lång rad av framstående kulturer i historien. Härigenom tenderar vikingarna att skrivas in i likartade berättelser som assyrierna och aztekerna, grekerna och romarna.

Men när vikingarna skrivs in i historien som en av många högkulturer, undertrycks deras position som "de andra". Vikingarna låter sig exempelvis svårligen beskrivas som både fria och självständiga rövarband och undersåtar i en statsbildning, i synnerhet inte i termer av en centraliserad stat. Högkultur, i synnerhet i dess engelska benämning "World Civilization", tycks stå i en viss motsättning till bilden av vikingarna som självständiga, starka män (samt ibland självständiga starka kvinnor) som agerar i mindre grupper förenade av brödraband och blodsband.

Inkluderingen bland högkulturerna undergräver också bilden av dem som outsiders. I det material som studerats ovan, står vikingarna vid sidan av och attackerar centrum, inte sällan i form av degenererade kungahus. De kommer från det avlägsna, halvt mytiska, vilda norr och de anfaller utan förvarning från havet. Genom att sammanföras med högkulturer tenderar de snarare till att bli insiders, en av flera konkurrerande kulturer på den historiska spelplanen.

Som högkultur blir vikingarna därför tämjda. En stor del av vikingarnas attraktionskraft har historiskt legat i bilden av dem som otyglade och oborstade, deras ociviliserade sätt att leva har utgjort en antites till den civilisation i vilken bilderna av dem (re)produceras. Men kan en högkultur befolkas av orakade och okammade vildar? Av ett okultiverat, ociviliserat folk?

Det är ännu för tidigt att avgöra hur denna förändring av vikingarna på sikt kommer att påverka bilden av Sverige och svenskar. I det äldre materialet som studerats ovan har vikingarna närmast framstått som raka motsatsen till hur svenskar har uppfattats. Detta kan schematiskt formuleras i dikotomier som

Manliga vikingar – omanliga svenska män.

Fria – ofria.

Statslösa – statskontrollerade.

Obundna – inbundna.

Hedonister – puritaner.

Dessa dikotomier har växlat över tid och min poäng är inte att de ska uppfattas som absoluta, utan syftet är att peka på att samtidens svenskar (eller andra skandinaviska folk) aldrig på ett självklart sätt associerats med sina, påstådda, historiska förfäder. Det har alltid funnits en spänning mellan bilden av de historiska nordmännen och de samtida nordborna.

Dessutom har kopplingen mellan vikingarna och de skandinaviska länderna avtagit under senare tid, trots insatser från främst Island och Norge för att befästa den. I takt med att det samtida Skandinavien uppfattas som allt mer modernt, med ledande it-nationer som Sverige och Finland, dansk design och norsk oljeindustri, så har populärkulturens vikingar blivit mer ociviliserade. Enligt Elisabeth I. Ward vid National Museum of Natural History uppfattas de alltmer som ett förhistoriskt folk: "During a survey of what visitors to the National Museum of Natural History knew about the Vikings, I was twice told they lived in caves..."<sup>159</sup> Detta bekräftas av Ragnar, Minnesota Vikings officiella maskot fram till 2007.<sup>160</sup> Han gestaltas sedan 1994 av Joseph Juranitch. Liksom supportrarna bär han ofta vikingahjälm, men den huvudsakliga framtoningen är en grottmans, iklädd en djurhud. Det är den ociviliserade, närmast djuriskt brutala "vikingen" som ska inspirera fotbollslaget och dess supporters.

Kanske är de svagare nationella banden också en följd av att vikingarna blivit alltmer kända och populära, samt att de etablerat sig som högkultur. Det är inte enbart svenskar och svensk-amerikaner som klär ut sig till vikingar. Sportsupportrar över hela världen bär idag vikingahjälm. Hornen är inte längre ett tecken för att vara nordbo, utan ett slags allmän styrkesymbol. Och i USA ingår, som nämnts, "viking" i en lång rad varumärken som alls inte associerar till Skandinavien eller forntidens vikingar: datachips (Viking Interworks TM), grillar (Viking Range Co) och telecom (Viking Electronics). Dessutom finns ett otal lokala firmor med "viking" i namnet, som utför alltifrån VVS-arbeten till att baka pizzor. I Vinland får alla som vill vara vikingar.

*Ragnar the Viking.  
Foto: Laurie  
Juranitch, 2006.*





## Mänsklig modernism

En promenad på Skogskyrkogården i Enskede, av många betraktad som Gunnar Asplunds och Sigurd Lewerentz mästerverk, innebär förmodligen inte bara möten med en serie fantastiska byggnader och landskaps-gestaltade lösningar, utan även med arkitekturintresserade människor från olika håll av världen. Japanska, tyska, spanska, ja även amerikanska arkitekter och arkitekturstudenter promenerar under granarna, hänförs av vyerna och fotograferar detaljer. Några timmar på Skogskyrkogården kan övertyga den största skeptiker om att Asplund är ett namn att räkna med på den internationella arkitekturscenen.

Från en amerikansk horisont blir emellertid bilden en annan. Visst hittar man en del litteratur om Asplund på arkitekturbiblioteken, och visst känner lärare och en del studenter vid universitetens arkitektsskolor till honom, men han intar en långt mer undanskymd plats i det allmänna medvetandet än andra skandinaver som Alvar Aalto och Arne Jacobsen.

Arkitekturens kommunikationsformer skiljer sig på avgörande sätt från de andra visuella konstarternas, eftersom de förverkligade projekten inte gärna låter sig förflyttas. Visst kan man få en god bild av byggnader genom reproduktioner, ritningar och beskrivningar i böcker, filmer, tidskrifter och utställningar, men den direkta, påtagliga effekten av ett möte kan bara ske på plats. Dock är det direkta mötet ofta ett resultat av det medierade. Man uppsöker i den mån möjligheter finns gärna de byggnader och andra arkitekturprojekt som man studerat och funnit intressanta i böcker, tidskrifter och på utställningar. Ibland upptäcker man förstås, som en bonus, byggnader i närheten av det man är på väg till, byggnader som man inte på förhand känner till. Byggnader som ligger på platser som ofta besöks av arkitekturintresserade har därför större möjligheter att ”upptäckas”, än de som ligger i obesökta periferier.

*Sveriges mest kända byggnad. Stockholm stadshus. Arkitekt: Ragnar Östberg, 1923. Foto: Jeff Werner, 2008.*

Till skillnad från i England fanns i Amerika inga påtagliga influenser från svensk arkitektur under de första decennierna av 1900-talet, skriver Henry-Russel Hitchcock. Han förklarar denna skillnad med *Beaux-Arts*-arkitekturens starka ställning i USA.<sup>1</sup> Perioden från Chicagoutställningen 1893 fram till MoMA-utställningen *The International Style* 1932 är i den modernistiska historieskrivningen en tid av akademisk reaktion. Svensk nationalromantik och klassicism kunde knappast få något genomslag i en nation där Richardsonian Romanesque redan strukits från dagordningen och där den inhemska klassicismen hade en obruten stark ställning sedan revolutionen. Under tjugotalet, i synnerhet efter Parisutställningen 1925, fick art deco och *Architecture Moderne* som tidigare nämnts en stark ställning. Detta meförde som vi sett (i del 1) att svenskt konsthantverk, framförallt glas, och Carl Milles kom att uppmärksammas i USA.<sup>2</sup>

Det brittiska intresset för svensk arkitektur växte fram kring sekelskiftet 1900. *Architectural Record* publicerade 1909 en kortfattad översikt av svensk arkitektur författad av Ragnar Östberg.<sup>3</sup> Östberg skriver endast om förebildlig, äldre arkitektur som kan tjäna som inspirationskälla för samtidens arkitekter, men i den redaktionella eftertexten kommenteras flera samtida byggnader, bland andra Ferdinand Bobergs Postkontor och Nordiska Kreditbanken i Stockholm, Magnus Dahlanders Långbro (Karlslunds) kyrka i Örebro, Erik Lallerstedts Matteuskyrkan i Stockholm, Aron Johanssons Riksdagshus och Lars Israel Wahlmans Tjolöholms slott. Någon förstahandskännedom om byggnaderna tycks redaktionen inte ha haft – Tjolöholm beskrivs exempelvis som ett "typical example of a Swedish country estate" – och den tar inte heller Östbergs varningar för eklekticism på alltför stort allvar. Tidskriften uttrycker ett växande amerikanskt självförtroende på arkitekturens område, där Sverige gärna uppmärksammas som en intressant inspirationskälla, men där det svenska sökandet efter en nationell stil uppfattas som forcerat. Nationella uttryck växer fram med tiden, men både Sverige och USA är unga arkitektturnationer, kommenterar tidskriften.<sup>4</sup>

Ändå är det just upplevelsen av ett eget uttryck – en egen ton – som leder till att den svenska nationalromantiken uppmärksammas internationellt. Allra störst var intresset i Storbritannien. Brittiska arkitekter åkte på studieresor till Sverige, som avsatte resultat i form av artiklar, rapporter och föreläsningar, samt även byggda verk med inspiration från svensk nationalromantik, i synnerhet Östbergs Stockholms stads-

hus. Förutom Östberg, tillhör Gunnar Asplunds Stockholms stadsbibliotek, Erik Lallerstedts Tekniska Högskolan, Ivar Tengboms Högalidskyrkan, Konserthuset och Enskilda banken samt Lars Wahlmans Engelbrektskyrkan, alla i Stockholm, det mest uppmärksammade under mellankrigstiden.<sup>5</sup> 1924 visades en utställning med svensk arkitektur av Architectural Association i London som fick översvallande mottagande. Den svenska arkitekturen hyllades för att vara fantasifull och plastisk, ofta asymmetrisk och för dess flitiga användning av arkitekturskulptur. Vidare beskrivs den i termer av äkthet och naturlighet.<sup>6</sup>

Det amerikanska intresset var aldrig fullt lika omfattande som det brittiska, men eftersom arkitekturtidskrifter som *Architectural Review* och *The Studio* hade spridning på båda sidorna av Atlanten, kom svensk arkitektur också att visas och diskuteras i USA. Där tycks dock tjugotalssklassicismen ha fått större uppmärksamhet än nationalromantiken, vilket hänger samman med den klassiserande väg som amerikansk arkitektur slog in på efter Chicago 1893. Den svenska fäblessen för tegel noteras i USA som ett nationellt uttryck, men amerikanska arkitekter ser det inte som något värt att låta sig inspireras av i sina egna verk.

Texter om svensk arkitektur i de tidskrifter som spreds över Atlanten var förstas betydelsefullt, men bildmaterialet ska i sammanhanget inte glömmas bort, i synnerhet som många bläddrar i tidskrifter efter idéer och inspiration snarare än djupstuderar artiklarna. Viktigt i sammanhanget är Frank R. Yerbury, som fotograferade både Göteborgsutställningen 1923 och Stockholmsutställningen 1930 för *Architectural Review* och *Architect and Building News*. Yerbury var sekreterare i Architectural Association i London under mer än tjugofem år. 1923 reste han till Sverige tillsammans med engelska arkitekter, vilket året efter resulterade i nyss nämnda utställning med svensk arkitektur i London. För sina insatser för svensk arkitektur erhöll han 1929 Vasaorden.<sup>7</sup>

Januarinumret av *Architectural Review* 1924 innehöll en åtta sidor lång artikel om Stockholm stadshus, illustrerad med fjorton foton av Yerbury samt tre ritningar. Byggnaden beskrivs i termer av en renässans för svensk konst, konsthantverk och arkitektur, och Ragnar Östberg som koordinator för vad som nästan framställs som en medeltida byggnadshytta.<sup>8</sup> Ett år senare, 1925, publicerades Hakon Ahlbergs bok *Swedish Architecture of the Twentieth Century*, för vilken Yerbury fotograferat samt skrivit förordet.<sup>9</sup> Svensk arkitektur förmår skapa nytt, med traditionen som grund enligt Yerbury, som hyllar det svenska hantverket; man brukar säga att fint hantverk skapar fin arkitektur,

men i Sverige skulle man också kunna påstå det omvända! Östbergs stadshus framhålls som världens kanske finaste moderna byggnad.<sup>10</sup>

Artiklarna är rikligt illustrerade. Stockholms stadshus är onekligen en ovanligt fotogenique byggnad, vilket inte bara det historiska materialet utan även de tusentals bilder som ligger ute på Internet vittnar om. Just för spaltutrymme och uppmärksamhet i tidningar och tidskrifter spelar en byggnads fotografiska kvaliteter stor roll, liksom förstås tillgången till bra bilder.

Ingen annan enskild byggnad i Sverige har haft större internationellt genomslag i sin samtid än Stockholms stadshus. "It is because Östberg has given to modern Europe a building which in more ways and to a greater degree, approaches perfection than any other building of its scope, that England has worked itself up into mild Swedish fever", skriver *Journal of the American Institute of Architects*.<sup>11</sup> Och en hel del av den engelska febern smittade av sig till USA, där invigningen av byggnaden resulterade i omfattande publicitet.<sup>12</sup>

Amerikanska *Architecture* skriver uppskattande om stadshuset i februari 1924. Dess pittoreska värden uppmärksammas, liksom hur Östberg lyckats skapa ett enhetligt intryck trots att ett femtiotal konstnärer varit inblandade. De rikt utsmyckade interiörerna fick anmälarer, Stanley Russel McCandless, att associera till Sveriges forntid: "One cannot but remember how of old the vikings used to gather in great timbered rooms, where 'Skoall!' rung up and down the lusty board and generous bounty lay spread before the feasting multitude."<sup>13</sup>

Stockholms stadshus manifesterade föreställningen om Sverige som en hantverksnation. *Architectural Review* hade talande nog ett bilduppslag med fotografier och ritningar från stadshuset publicerat i sitt supplement "Craftmanship" 1926.<sup>14</sup> Det var en sektion av tidskriften som ofta innehöll bilder av arkitekturskulptur, dekorativa detaljer, smide och möbler. Ingeborg Glambek sammanfattar den internationella receptionen:

Østbergs monumentale byggverk bidro i sterk grad til at svensk arkitektur og kunsthåndverk fikk ry for særdeles høy kvalitet både når det gjaldt utførelse og form. Lovprisingene over denne bygningen nådde virkelig store høyder. Av enkelte ble den svenske arkitekten satt på linje med verdenshistoriens største genier som Michelangelo, Shakespeare og Beethoven. Også andre svenske arkitekter vant seg navn i utlandet, om de enn kom noe i skyggen av Østberg. Frå en relativt beskjeden posisjon internasjonalt i de to første tiår av århundret, fikk svensk – og til dels annen nordisk arkitektur og design – en fremskutt plass i løpet av 1920-årene. I England ble det svenske nærmest dyrket.<sup>15</sup>



1926 fick Östberg The Royal Institute of British Architects guldmedalj, och 1932 den amerikanska motsvarigheten från American Institute of Architects (överlämnad 1933 av president Franklin D. Roosevelt).<sup>16</sup>

Det intryck Stockholms stadshus gjorde på amerikanska arkitekter avspeglas också i en omröstning 1932 bland AIA:s medlemmar, där frågan gällde vilka byggnader de uppskattade högst. Stockholms stadshus placerade sig på trettonde plats, med Empire State Building som etta följd av Lincoln Memorial och Nebraska State Capitol. I en ny undersökning 1948 fanns stadshuset fortfarande med bland de 25 mest uppskattade byggnaderna. Övriga icke-amerikanska byggnader på listan detta år var Parthenon (6:e plats), katedralen i Chartres (10:e), Peterskyrkan (18:e) samt Taj Mahal (22:a). Toppade gjorde Folger Library, Lincoln Memorial följd av Rockefeller Center.<sup>17</sup>

Det var som synes få utomamerikanska byggnader på listorna, vilket säger en hel del om de amerikanska arkitekternas omvärldsyn, men det är en imponerade samling arkitekturhistoriska mästerverk som stadshuset ställs jämte så sent som 1948. Det är också den enda samtida byggnaden utanför USA. Emellertid fanns det ytterligare ett verk av en skandinavisk arkitekt på listan: Cranbrook av Eliel Saarinen, som placerade sig strax ovanför katedralen i Chartres.

## New York-utställningen 1931

I april 1931 ställdes svensk arkitektur ut i New York. Sverige var det enda utländska land som bjödits in till Architectural League of New Yorks och the American Institute of Architects 4:e biennial, hette det i svensk press, men faktum är att Ryssland och Mexiko också hade parallella utställningar.<sup>18</sup> Utställningens omfattning var extra stor med anledning av att Architectural League firade femtioårsjubileum.<sup>19</sup> Den svenska utställningen genomfördes som ett samarbetsprojekt mellan Svenska Arkitektföreningen och Sverige-Amerika Stiftelsen. Ivar Tengbom var kommissarie för utställningen och de utställda bidragen valdes ut av en jury bestående av, förutom Tengbom, Hakon Ahlberg och Nils Einar Eriksson.<sup>20</sup>

Beskyddare för den svenska utställningen var – föga förvånande – kronprins Gustav Adolf. 45 svenska arkitekter deltog, bland andra Ragnar Östberg, Carl Bergsten, Ragnar Hjort, Erik Lallerstedt, Carl Westman, Lars Israel Wahlman, Cyrillus Johansson och Gunnar Asplund. 400 fotografier visades i två salar i Grand Central Palace.<sup>21</sup> Alla bilder

höll samma format vilket gav utställningen ett enhetligt, för att inte säga monotont, intryck.<sup>22</sup> Därtill ställdes en del ritningar och modeller ut av Östbergs Stockholms stadshus, Bjerkes Carlanderska sjukhuset i Göteborg och Tage William Olssons förslag till stadsplan för Stockholm. Utställningen hölls öppen i åtta dagar och uppskattas ha besökts av hela 135 000 personer.<sup>23</sup>

Utanför den svenska avdelningen visades Martin Hedmarks kyrkobyggnader, en skiss till en freskomålning av Olle Nordmark, tre mosaiker av Einar Forseth samt bilder av trädgårdsarkitektur av L. Lundqvist, Peekskill New York.<sup>24</sup> De sistnämnda inslagen kan tyckas överraskande, men man ska minnas den vikt som vid denna tid lades vid skulptural och annan dekorativ utsmyckning av byggnaderna. Denna tendens var, som vi tidigare sett i samband med Carl Milles, särskilt stark i just USA. Det första som mötte besökaren i centralhallen var monumentalskulpturer som Lee Lauries *Sower* för kupolen på Nebraska State Capitol. Ett stort antal skulpturer, reliefer och – främst i Mexicos avdelning – fresker kunde studeras på utställningen.

Henry McBride skriver i *Sun i Dagens Nyheter*s översättning:

Den moderna svenska arkitekturen har tillvunnit sig stor aktning över hela världen. Våra arkitekter känna den väl och resa för varje år i allt större antal över till Sverige för att studera den. Den har en otvivelaktig kraft och smakfullhet. De svenska arkitekterna ger intryck av att helt ha frigjort sig från trycket av det förgångna, medan de på samma gång ärligt visar sin härstamning ur detta. Deras verk är inte lika utmanande som exempelvis le Corbusiers produkter. Beträktaren tvingas inte att tvärt omjustera sina idéer om vad som är tillåtligt eller nödvändigt inom arkitekturen. Han godtar det i stället som en njutning för ögat.<sup>25</sup>

Också *Evening Posts* Margaret Breuning var positiv. Hon jämförde den amerikanska stilpluralismen, "bröllopstärtestilen", med den svenska arkitekturens enkelhet och klarhet. "Dess mest slående prägelse är dess individualitet och byggnadernas mångskiftande karaktär."<sup>26</sup>

Edward Alden Jewell, som var en av de amerikaner som besökte Stockholmsutställningen 1930 (se del 1), skrev en längre recension för *New York Times* där Asplund, som ende svensk, fick ett positivt omnämnande. Hans funktionalistiska arkitektur på Stockholmsutställningen är emellertid inte så frikopplad från historien som man kan tro vid ett första ögonkast, skriver Jewell. "[T]here is something in the very severity and simplicity of its lines that goes straight back to tenth and eleventh century Scandinavian construction."<sup>27</sup>

I samband med utställningen intervjuades Tengbom i *The American Architect Magazine*. Tengbom ger, säkerligen medveten om sin roll som officiell företrädare för Sverige, en bred och generös bild av svensk samtida arkitektur. Studierna av äldre byggnader har resulterat i att hantverket har nått nya höjder, enligt Tengbom. I tidskriften reproduceras Stockholms stadshus (bildtext: "Sweden's Most Famous Modern Building") och Engelbrektskyrkan på helsidor, medan Stockholms Rådhus, Vadstena slott, Högalidskyrkan och Varnhems klosterkyrka illustreras med mindre bilder. Som representant för funktionalismen avbildas Olof Thunströms och Eskil Sundahls arbetarbostäder på Kvarnholmen (f.d. Hästholmen). Inget verk av Gunnar Asplund reproducerades, men hans arkitektur diskuterades av Tengbom som goda exempel på funktionalism. Tidskriftens Eugene Clute konstaterar att...

...there is nothing hard-and-fast about the modern architecture of Sweden. It is constantly changing with the life, for Swedish architects endeavor to keep pace with the progress in all other activities. The attempt which is often made to classify certain men as romanticists, classicists, or functionalists is futile, for there is a constant interchange of views and more agreement than differences. The growth that is in evidence is an important sign of vitality of Swedish architecture.<sup>28</sup>

Clute sätter den samtida svenska arkitekturen i relation till konstindustrins strävan efter vackrare vardagsvaror. Arkitekterna än nära allierade med dessa strävanden, och är därför inte enbart intresserade av "great monumental buildings, but with forms of construction vastly more important: the homes of the people, the places in which they work and in which they take their recreation – houses, multiple dwellings, factories, offices, also the concert hall, the theatre and the cinema".<sup>29</sup>

Med undantag för Stockholms stadshus, blev emellertid svensk arkitektur aldrig föremål för något mer omfattande amerikanskt intresse vid denna tid. För att förstå detta måste vi titta lite närmare på den amerikanska arkitekturdiskursen.

## Henry-Russel Hitchcock

Den i särklass mest inflytelserike amerikanska arkitekturhistorikern under 1900-talet är Henry-Russel Hitchcock (1903–87). Även om hans perspektiv i stor utsträckning är historikerns, kommer hans personliga smak till tydligt uttryck i hans skrifter. Värdeomdömena rör inte

enbart urvalet och bedömningarna av enskilda exemplifierande objekt inom ramen för diskussionen av en tidsperiod, arkitekt eller stil, utan också urvalet av diskuterade stilar. ”In general terms, the histories of modern architecture are based on a position about the *being of architecture*, on a theory that takes the more or less clear form of *what-ought-to-be* and usually projects *what-ought-to-be-done*. Histories are not innocent texts”, skriver Panayotis Tournikiotis i en studie av den moderna arkitekturens historieskrivning.<sup>30</sup>

Hitchcock är en av de första att skriva en historik över den modernistiska arkitekturen; *Modern Architecture. Romanticism and Reintegration* kom ut redan 1929, för att tre år senare följas av *The International Style. Architecture since 1922*. Som jämförelse utkom Emil Kaufmanns *Von Ledoux bis Le Corbusier. Ursprung und Entwicklung der autonomen Architektur* 1933, Nicolaus Pevsners *Pioneers of the Modern Movement from William Morris to Walter Gropius* 1936, Walter Curt Behrendt, *Modern Building, Its Nature, Problems, and Forms* 1937,<sup>31</sup> James M. Richards *An Introduction to Modern Architecture* 1940, Sigfried Giedions *Space, Time and Architecture. The Growth of a New Tradition* 1941,<sup>32</sup> samt Bruno Zevi *Storia dell'architettura moderna* 1950.<sup>33</sup>



Hitchcocks *Modern Architecture...* är en cirka 250 sidor tjock genomgång av arkitekturutvecklingen från mitten av 1700-talet fram till samtiden. Historien indelas i tre huvudavdelningar: ”Romantiken”, ”Den nya traditionen” samt ”De nya pionjärerna”.<sup>34</sup> ”Den nya traditionen” börjar vid mitten 1890-talet med jugend, men har en föregångsman i Richardson; de nya pionjärerna är Le Corbusier, Jacobus Johannes Pieter Oud, Walter Gropius, André Lurçat, Gerrit Rietveld och Ludwig Mies van der Rohe.

Svensk arkitektur spelar ingen framträdande roll i boken. I kapitlet ”The New Pioneers Elsewhere” konstateras att det bara finns en enda skandinavisk pionjär, dansken Knud Lønberg-Holm. Östberg omnämns i sammanhanget för att han i sina skrifter visat viss förståelse för den nya arkitekturen.<sup>35</sup> Hans Stockholms stadshus har tidigare, tillsammans med Lallerstedts Tekniska högskola och Tengboms Högalidskyrka, förklarats visa ”a wide dependence on the architecture of the past and magnificent traditional execution integrated into a definite national style”.<sup>36</sup>

Hitchcocks mest inflytelserika bok, som använts som textbok i konst- och arkitekturhistoriska utbildningar över hela världen, utgavs nästan trettio år efter *Modern Architecture*. Dess titel är *Architecture. Nineteenth and Twentieth Centuries* och den publicerades ursprungligen i Penguins serie över konstens världshistoria 1958, men har därefter återutgivits i en mängd olika upplagor, utgåvor och översättningar. Den är skriven vid modernismens höjdpunkt, ett knappt decennium innan dess grundvalar skulle börja ifrågasättas och dekonstrueras. Som arkitekturhistoria, skriven före postmodernismens pluralistiska värderingar började kräva ett annat slags redovisningar av 1900-talets arkitektur, har den få motsvarigheter; de avslutande delarna av Nikolaus Pevsners *An Outline of European Architecture* 1942 är vad som kommer närmast.

Hitchcock är alltså både en aktör på den modernistiska arkitekturscenen och en av dess viktigaste historiker. Han framstår ingalunda som naiv inför denna dubbla roll. På sidan 380 i hans historik över 1800- och 1900-talens arkitektur, när det är dags att komma in på *The International Style*, skriver han:

Historians, whether of politics or the arts, should ideally stand at some distance from their subjects thanks to remoteness in time; in lieu of that, remoteness in space sometimes serves the same purpose. However, this historian has now reached the point at which he entered the scene; he must write, as statesmen who write history are often forced to do, of events concerning which he has first-hand knowledge – and hence, alas, first-hand prejudices.<sup>37</sup>

För att strukturera det i tiden näraliggande materialet blir nationstillhörighet en grundläggande parameter för Hitchcock. "Den nya traditionen" föds i Frankrike, Holland och Tyskland och sprids snabbt till Skandinavien och Amerika. "[A]nything else is imitative and provincial, auxiliary or parallel" kommenterar Tournikiotis.<sup>38</sup> Men Sverige är ingen renodlad provins. Visserligen föds den nya arkitekturen längre söderut och kommer till nordligare breddgrader som en impuls utifrån, men väl planterad i den nordiska myllan skjuter den snabbt nya skott. I Hitchcocks senare skrifter ökar avståndet mellan det idégivande centrumet Frankrike/Holland/Tyskland och de mottagande nordiska gränstrakterna; endast Alvar Aalto framställs i *Architecture...* som en nyskapande kraft av liknande dignitet som de centraleuropeiska arkitekterna.

Gränstrakter skiljer sig från periferier, i det att de alltid har direktkontakt med centrum. Modernismens periferier låg för den unge Hitch-

cock i Sydosteuropa och Sydamerika: områden knappt skönjbara med den nya arkitekturstilens kikare. Därför bör vi för vårt syfte kanske snarare bruka en modell med ett centralt placerat utkikstorn varifrån historikern blickar ut över det arkitektoniska landskapet. Runtomkring honom breder det centrala fältet ut sig. Strax bortanför syns gränstrakter som snabbt tycks införlivas med det expanderande centrumet. Och vid horisonten anas civiliserade trakter, ännu ej nådda av den nya tidens formspråk. Vad som ligger bortom horisonten kan historikern knappt gissa sig till, även om han hört främmande platser nämnas vid namn; platser som Afrika och Asien kommer sannolikt också en gång att nås av den nya internationella stilen.

Men någonting är definitivt fel med denna modell när den appliceras på just Hitchcock. Till skillnad från Pevsner och Giedion kunde han inte blicka ut från någon centralt placerad utkikspunkt. Därför finner vi hos Hitchcock alltid en spänning mellan att befinna sig centralt, inte minst som en av skaparna av International Style, och att vara en från provinserna tillrest observatör. När han tillsammans med Alfred H. Barr och Philip Johnson bilar runt i Europa 1930 och 1931 är han både ett mobilt utkikstorn och en kraft som organiserar ett centrum omkring sig. Ambivalensen i Hitchcocks position, och den stora plats som han av flera olika skäl ger USA i sina skrifter, gör hans texter än mer mångdimensionella. När han tittar på Sverige och Asplund gör han det både från den internationella stilens centrum och från den amerikanska periferin.

Varför behåller han då en traditionell indelning av världen i nationer? Det tycks ju strida mot själva essensen hos den internationella stilen. Hitchcock förefaller vara en alltför reflekterande och metodologiskt medveten historiker för att ogenomtänkt applicera 1800-talets museologiska och historietvetenskapliga strukturering av konsten i skolor och nationer. För Hitchcock är den nya arkitekturen en stil som skapats av en generation pionjärer. När han i boken presenterar tio arkitekter från tio länder får det som effekt att den nya stilen tycks gränsöverskridande, snarare än nationellt betingad. I Hitchcocks språkbruk blir den därmed internationell, även om vi idag snarare skulle karaktärisera den som eurocentrisk och transnationell.

Observeras bör att även om Hitchcock ser International Style som en stil som bättre passar den nya moderna världen, finns det inget oupplösligt samband mellan samhällsförhållanden och arkitektoniska uttryck. Stilen är ett estetiskt val, även om den förutsätter vissa moderna byggnadstekniska innovationer. Hitchcock argumenterar också

emot funktionalistiska uppfattningar om att den nya tidens arkitektur bör vara icke-estetisk – att formen ska vara en direkt följd av funktionen. Ointresset för utom-estetiska frågor medförde att han aldrig förknippade den svenska arkitekturen med någon politisk kontext eller den svenska medelvägen.

## Modern Architecture på MoMA

1932 är ett år med samma my(s)tiska lyskraft i amerikansk arkitekturhistorieskrivning som 1930 i svensk. Den 10 februari öppnade utställningen "Modern Architecture. International Exhibition" på MoMA. Efter stängningen i New York den 23 mars turnerade den runt till fjorton andra amerikanska museer under de följande två åren, och dess idéer fick därmed en stor geografisk spridning.<sup>39</sup> Däremot kom den inte att visas på den europeiska sidan av Atlanten, trots att det var en ursprunglig ambition. Utställningen kompletterades med en omfattningsrik, rikligt illustrerad, 200 sidor tjock katalog, *Modern Architecture. International Exhibition*, samt om man så vill med Philip Johnsons och Henry-Russell Hitchcocks bok *International Style. Architecture Since 1922*. Sistnämnda var inte, strängt administrativt sett, en del av utställningen, men den koncipierades samtidigt som den, ger uttryck för likartade argument och såldes i samband med utställningen. Boken är den av de tre medierna som haft överlägset störst genomslag, i synnerhet internationellt. Medan utställningen bara visades i USA och katalogen spreds i relativt begränsad omfattning, har boken *International Style* utkommit i mängder med upplagor och utgåvor.

Det finns en del viktiga skillnader mellan utställningen, katalogen och boken vad gäller tilltal, urval och illustrationer, men de flesta ligger utanför det här anlagda perspektivet, nämligen vad som togs med av svensk arkitektur, samt hur denna presenterades och tolkades.

Det saknas dessvärre ordentlig visuell dokumentation av utställningen. Terence Riley har, utifrån artiklar, foton och de inblandades minnesbilder, försökt rekonstruera dess struktur, urval och hängning. Han konstaterar att av katalogens 58 reproduktioner, exklusive planritningarna, fanns bara knappt hälften på utställningen. Och omvänt: nästan 70 av utställningens foton finns inte med i katalogen.<sup>40</sup> I katalogen finns inga reproduktioner av svenska byggnader, medan besökarna på utställningen kunde studera Sven Markelius och Uno Åhrens kårhus i Stockholm samt KF:s bostäder på Kvarnholmen.<sup>41</sup>

”Studera” är emellertid ett ord som kan missleda. Svenskarna ingick i sektionen ”The Extent of Modern Architecture” i vilken besökarna kunde se hur långt influenserna från det idégivande centrum nått och hur likartad International Style blivit över stora delar av världen. Inga exempel fanns med på lokala tolkningar, transformationer eller deformationer av den internationella stilen. Enhetligheten i den nya tidens arkitektur i Österrike, Belgien, Holland, USA, Schweiz, Spanien, Frankrike, Tyskland, Sverige, England, Japan, Sovjet, Tjeckoslovakien, Finland och Italien blev härmed påtaglig. Denna enhetlighet förstärktes av hängningen: varje byggnad var representerad med ett fotografi, alla 15 tum höga (cirka 38 cm), arrangerade i två parallella rader med fem tums mellanrum.<sup>42</sup> Det rädde alltså ingen tvekan om att det var en internationell stil som visades, med minimala nationella variationer.

Avdelningen ”The Extent of Modern Architecture” utgjorde ungefär en sjättedel av den totala utställningsytan, när utställningen visades på MoMA, och placerades i ett rum tillsammans med Raymond M. Hood och Richard J. Neutra.<sup>43</sup> De två parallella friserna med fotografier, den översta hängd i ögonhöjd, var strukturerade efter nation. Varje arkitekt, med något enstaka undantag, representerades med ett projekt. Eftersom fotodokumentation saknas av denna del av utställningen, och annan information om de svenska bidragens placering inte stått att finna, kan jag inte i detalj analysera exponeringen av Kårhuset och Kvarnholmen. Men utifrån hängningens generella struktur, kan man konstatera att dessa två projekt knappast var särskilt iögonfallande bland de övriga trettionio. Asplund och Stockholmsutställningen var alltså inte representerade.

Både på utställningen, samt i katalogen och boken, tilldelas Sverige en ganska blygsam position i den moderna arkitekturrörelsen. International Style är vid denna tid geografiskt centrerad till Tyskland, Frankrike och Holland. De innovativa arkitekterna kommer och/eller verkar i dessa länder. Gropius, Le Corbusier, Oud och Mies van der Rohe framställs som de fyra moderna mästarna.<sup>44</sup>

Utställningen presenterade den samtida modernistiska arkitekturen, International Style, som ett revolutionärt brott med historien, i synnerhet med 1800-talets stilarkitektur. USA fick en påtaglig tyngd i utställningen. Av de nio arkitekter/arkitektkontor som presenterades med längre biografiska avsnitt i katalogen var majoriteten amerikaner eller verksamma i Amerika; förutom Frank Lloyd Wright presenterades Hood, Howe & Lescaze, Neutra samt John Dean Monroe och Irving Bowman.<sup>45</sup> Urvalet kan tyckas förvånande, men måste förstås mot



bakgrund av utställningens propagandistiska och ideologiska syfte, att styra in den amerikanska arkitekturen på modernismens bana.

Av detta skäl anordnades föreläsningar på museerna om den nya arkitekturen i samband med utställningen. Det var framförallt medelklassen som bedömdes som intressant som målgrupp, och utställningens tonvikt försköts därför under arbetet mot bostadsbyggnade.<sup>46</sup> Med denna inriktning kunde naturligtvis inte den amerikanska hjälten Frank Lloyd Wright utelämnas, oavsett curatorernas svala entusiasm för hans verk. I ett brev till Oud är Philip Johnson häpnadsväckande cyniskt uppriktigt om urvalet:

Frank Lloyd Wright was included only from courtesy and in recognition of his past contributions; Raymond Hood because some day he may be attracted into the fold by his opportunism; the Bowman Brothers because they are primarily steel engineers and might some day standardize a half-way decent steel house; Neutra and Howe and Lescaze because they are the only successful modern architects in America.<sup>47</sup>

Den amerikanska tonvikten till trots, ännu har inte arkitekturvärldens centrum förflyttas från den gamla världen till den nya i curatorernas ögon. Alfred H. Barr skriver i förordet till utställningskatalogen att bilden av den amerikanska arkitekturen som världsledande är felaktig: "By 1922, thirty years after the Chicago Exposition, the American public was entirely persuaded that, however secondary to the European arts American painting or sculpture or music might be, in architecture we led the world."<sup>48</sup> Men de amerikanska arkitekterna var bara synnerligen duktiga på att imitera den gamla världens arkitektur, enligt Barr, samt tekniskt skickliga i att applicera den på en ny, amerikansk byggnadstyp – skyskrapan. Detta tydliggjordes när den finske arkitekten Eliel Saarinenens förslag till Chicago Tribune Tower 1922, som belönades med andra pris efter Raymond Hoods gotiska byggnad, väckte sensation bland amerikanska arkitekter. Detta var sällsynt pinsamt, skriver Barr, eftersom Saarinen i stor utsträckning byggde på den så negligerade Sullivans principer. Den sunda, inhemska arkitekturtraditionen, som längre fram i katalogen också kom att inbegripa Henry Hobson Richardson (1838–86), hade korrumpierats av segern för stilarkitekturen. Utan att beskriva det i exakt dessa ord, ger Barr bilden av den amerikanska arkitekturen som oförlöst. Moderniseringen hade visserligen fött nya typer av byggnader, inte minst skyskrapan, men arkitekterna hade inte förmått ge dem en modern form.

Parisutställningen 1925, vars effekter på designfältet vi diskuterat tidigare, förvärrade ytterligare situationen inom amerikansk arkitektur, enligt Barr:

The Paris Exposition of Decorative Arts in 1925 was even more disturbing. The United States was not represented in the Exposition because its exhibits were not sufficiently modern. We are still suffering from this backwardness – both commercially and architecturally. Only recently has the deluge of "modernistic" decoration from Vienna, Paris, Stockholm and Amsterdam begun to diminish, but not before our more advanced architects, already stimulated by Saarinen's success, had accepted the modernistic mode with enthusiasm and ornamented their buildings with zig-zags and chevrons instead of Gothic crockets and Classical modelings. The modernistic style has become merely another way of decorating surfaces.<sup>49</sup>

Stockholm, Sverige, förknippas alltså med Swedish Grace och art deco, "modernistic decoration" till skillnad från den verkligt moderna International Style. Vad gäller det icke-amerikanska urvalet på MoMA 1932 valdes därför, som framgått, endast arkitekter och objekt som klart distanserade sig från tidigare arkitekturstilar, framförallt klassicism och art deco.

Tradition var för trion Barr, Hitchcock och Johnson ett starkt negativt laddat ord. När Richardson ska beskrivas i positiva ordalag, skriver Johnson att hans sena byggnader var nästan helt befriade från arkeologi och att hans fria fönstersättning är så mycket mer överraskande med tanke på hans traditionella byggnadsmetoder.<sup>50</sup> Den moderna arkitekturen bryter på ett revolutionärt sätt med historien.

För att karaktärisera mycket av den tidigmodernistiska arkitekturen inför Johnson den pejorativa benämningen "halvmodern arkitektur". Hit räknas inte bara Peter Behrens och Hendrik Petrus Berlage, utan även Östberg och Tengbom.<sup>51</sup> Det finns även en politisk dimension i Hitchcocks och Johnsons urval, betoningar och argumentation. Flera av de viktiga modernistiska arkitekterna i Europa sympatiserade med den politiska vänstern. Funktionalismen i Sverige var som bekant starkt associerad med socialdemokratien. I vilken grad vänstersympatierna var taktiskt betingade spelar i detta sammanhang mindre roll; Barr, Hitchcock och Johnson, undertryckte varje tendens till att politisera arkitekturen.<sup>52</sup> Den undanskymda plats som den sovjetiska arkitekturen fick på utställningen och i skrifterna kan delvis förklaras i detta ljus, även om det sannolikt främst hade att göra med curatorernas ovilja att inkludera icke-förverkligade projekt. Många av de europe-

iska arkitekterna hade måhända fel ideologi, skriver Riley i sin studie av utställningen, men de producerade rätt stil. Det var mer värt än de amerikanska arkitekter som hade rätt ideologi, dvs. inte blandade samman arkitektur och politik, men ritade i fel stil.<sup>53</sup>

Den internationella stilen beskrivs av trion inte bara som internationell, dvs. som gränsöverskridande, utan även som supra-nationell och icke-individualistisk. Den bygger inte på enstaka geniens insatser, utan är en kollektiv kraft. Trots detta baserades alltså utställningens och katalogens struktur i hög utsträckning på presentationer av enskilda arkitekter och efter nationsgränser.

Sverige intog som sagt en perifer roll på utställningen. I katalogen nämns, förutom Kårhuset och Kvarnholmen, även Gunnar Asplund och Erik Friberger men inget sägs om deras verk. Tilläggs ska dock att urvalet till avdelningen "The Extent of Modern Architecture" var ganska slumpartat, utifrån vilka fotografier som fanns tillgängliga. Riley påpekar att somliga av de i denna sektion ingående arkitekterna fick mer positiva omnämmanden i curatorernas skrifter än de mer utförligt utställda arkitekterna.<sup>54</sup> Den restriktiva behandlingen av Asplund torde dock bottna i medvetna överväganden, i synnerhet som curatorerna besökt Stockholmsutställningen och bildmaterial fanns lättillgängligt. I en utställningsplan, presenterad för MoMA:s styrelse i februari 1931, alltså ungefär ett år före öppnandet, omnämns Stockholmsutställningen som ett tecken på att Sverige definitivt hade förflyttat sig bort från eklekticismen.<sup>55</sup> Jag misstänker att ett skäl till att utelämnas Stockholmsutställningen på 1932 års MoMA-utställning snarare var en ovilja att ta med andra än förverkligade, permanenta byggnader. Denna förklaring har nackdelen att vara lite konspiratoriskt lockande, men stämmer väl med tanke vad som faktiskt tagits med.<sup>56</sup> Det är också möjligt att Sveriges perifera roll kan ses som en reaktion på den uppmärksamhet som Östbergs Stockholm stadshus och svenskt konsthantverk tidigare fått i USA. MoMA-utställningen riktar ögonen åt ett annat håll, mot pionjärerna i Europas centrum och mot mer maskinestetiskt inspirerade uttryck.

Utställningen Modern Architecture hade i sig förmodligen ingen avgörande betydelse för receptionen av svensk arkitektur bland den amerikanska allmänheten. ("The general public couldn't have cared less", skrev Philip Johnson 1995 om utställningens reception.)<sup>57</sup> Man ska inte förledas tro, av den stora betydelse som tilldelats utställningen i modernismens historieskrivning, att den var en publiksuccé eller kri-

tikerframgång. Under de sex veckor den visades på MoMA sågs den av 33 000 besökare. Det är naturligtvis ett imponerande antal i sig, men kan jämföras med de 186 000 som såg "The Architect and the Industrial Arts" 1929. Hos kritikerkåren fick utställningen ett svalt mottagande.<sup>58</sup>

Men även om utställningen inte var någon publiksuccé väckte den debatt inom arkitekturvärlden. De med vänstersympatier såg den som propaganda för ren estetik, medan den äldre arkitektkåren såg den som en upplösning av arkitektoniska och estetisk världen. Utställningen föranledde många debattinlägg i arkitekturtidskrifterna och upprörda diskussioner på mötesplatser som the Architectural League i New York. Från alla håll kunde kritik riktas mot curatorernas formalisering och etikettisering av International Style.<sup>59</sup> Men oavsett vad enskilda arkitekter tyckte om att bli inkluderade, eller exkluderade, under denna beteckning, kom den att styra mycket av de kommande decenniernas arkitekturdiskurs. Vad gäller det amerikanska professionella fältet kom urvalet på utställningen att bestämma vilka referenspunkter arkitekterna fick. Svensk arkitektur blev därför i fortsättningen allt mindre närvarande i USA.

## The International Style

Texten i boken *The International Style*, till vars titel Alfred H. Barr insisterade på versalt I och S, är skriven av Henry-Russell Hitchcock. Philip Johnson var delaktig i att ordna bildmaterial och hade därmed visst inflytande över urvalet. Till skillnad från utställningen och katalogen är boken inte indelad efter nationer eller arkitekter, utan har ett tematiskt upplägg.<sup>60</sup> Upplägget klargör vad författaren anser vara centralt i *The International Style*. Detta får också bestämma urvalet i den omfångsrika planschdelen av boken. Även om Hitchcock ger en historisk bakgrund till den nya arkitekturen, får föregångarna inte samma utrymme och positiva bedömning som i utställningskatalogen. Frank Lloyd Wright, Behrens, August Perret eller Henry van der Velde, skriver Hitchcock, har mer gemensamt med män som levde för hundra år sedan än med samtidens unga generation arkitekter.<sup>61</sup> De är därför inte heller representerade bland reproduktionerna och planritningarna.

Urvalet av arkitekter och representerade länder är i stort sett detsamma som på utställningen och i katalogen, även om en del förskjutningar skett vad gäller bedömningarna av deras betydelse. Mest iögon-

fallande är den mindre vikt som läggs vid USA och exkluderingen av bröderna Bowman. Från Sverige presenteras liksom på utställningen även i boken Kårhuset och Kvarnholmen. Ytterligare en byggnad av Uno Åhren, biografen Flamman i Stockholm (1930), finns avbildad, liksom Gunnar Asplunds entrébyggnader till Stockholmsutställningen. En plan över utställningsområdet finns också reproducerad (inklusive texten "eftertryck förbjudes").

Peter W. Parson tolkar Hitchcocks och Johnsons val av Asplund-illustration som en strategi att anpassa den svenske arkitektens verk till deras egen estetiska norm:

For the book explains the absence of Asplund's project from the exhibit. Hitchcock and Johnson had put together an aesthetic polemic of an undecorated architecture with flat roofs in the interest of proclaiming a stylistic norm. How could they have explained the delightful use of flags, soaring canopies, neon signs and flowers which they would have had to have done if the project had been part of the exhibit? In the book, where they could limit illustrations to one or two photographs per project, they could selectively include an illustration of those pavilions which most closely exemplified the principles of their aesthetic. Thus, the first major appearance of work by Gunnar Asplund on the American architectural scene was a total distortion of the reality of his work.<sup>62</sup>

Även om Parson har helt rätt i sin analys av effekten av exkluderingen av Asplund, tycks inte de angivna skälen till fullo hålla för en närmare granskning. Som vi sett ovan presenterades inte projekten i avdelningen "The Extent of Modern Architecture" med fler bilder på utställningen än i boken. Kanske tänker sig Parson att Asplund skulle ha ingått som en av de arkitekter som gavs en fyllig presentation, vid sidan av Le Corbusier och Gropius, men det förefaller som ett vid tidpunkten otänkbart alternativ. Valet av foto kan naturligtvis diskuteras, men på den publicerade bilden vajar faktiskt flaggorna i vinden, och på planen över utställningsområdet, reproducerad på samma uppslag syns både reklamasten på festplatsen och zeppelinaren på flygfältet. Bokens svartvita reproduktioner kunde naturligtvis inte göra vare sig detta eller andra modernistiska projekt rättvisa vad gäller färgprakten (ett inom parentes sagt viktigt skäl till föreställningen om den vita modernismen) men Hitchcock och Johnson försökte kompensera detta i bildtexten:

Asbestos sheating and large windows in light frames produce an excellent surface for wood construction. Off-white walls of side pavilions contrast with green of center pavillion. Skilful decorative use of lettering and colored flags.<sup>63</sup>

De som studerade den publicerade planen av utställningen kunde antagligen, trots den svenska texten, utläsa att den inte följde de för tiden gängse modernistiska idealen, med huskroppar spatiöst men geometriskt arrangerade i ett parklandskap. Asplunds plan är mer oregelbundet urban. Husen ligger tätt, med gator, torg och återvändsgränder emellan sig. Även om detta var ett tillfälligt utställningsområde, och inte en faktisk stadsplan, tycks den indikera ett annat förhållningsätt till urbanitet än Le Corbusiers eller Mies van der Rohes. Detta är dock inget som Barr, Hitchcock eller Johnson nämner – de stadsplaner som diskuteras är tyska *Siedlungs*.

## Engelsk utflykt

Den rumsliga distansen mellan Amerika och Europa, liksom den mellan Sverige och Centraleuropa, ska inte underskattas, trots de moderna kommunikationsmedlen. Metodologiskt finns dock ett besvärligt problem vad gäller att studera den amerikanska receptionen av svensk konst, design och arkitektur, som vi vidrört tidigare. Mycket engelskspråkig litteratur från Europa, liksom i viss mån från övriga världen, har haft stora och/eller inflytelserika läsargrupper i USA. Det gäller inte minst brittiska arkitekturtidningar samt Pevsners och Giedions böcker. Kunskapen om svensk konst, design och arkitektur skulle ha varit avsevärt mindre i USA om det inte var för detta nationella diskursläckage. Storbritannien har under större delen av den här undersökta tidsperioden varit mer intresserat av och visat mer uppskattning för vad som händer i Sverige. Tilläggas bör också att delar av den amerikanska konstvärlden behärskar andra språk än engelska och att inflödet av idéer därför kommer från språkligt spridda håll. Vad gäller de utövande arkitekterna räcker dessutom bildmaterialet i tidskrifterna och litteraturen långt på egen hand.

Av särskilt intresse för denna undersökning är James M. Richards, en av den engelskspråkiga världens viktigaste företrädare för the Modern Movement. Under 34 år, från 1937 till 1971 var han redaktör för *Architectural Review* i vars spalter den modernistiska arkitekturen lanserades. Betydelsefulla propagandistiska insatser för den breda allmänheten gjorde han också som presentatör i BBC:s diskussionsprogram *The Critics* och som arkitekturskribent i *The Times*.

I maj 1941 skriver P. Morton Shand om Asplund i *Architectural Review*, med anledning av den svenske arkitektens frånfälle. Asplund framhålls som en viktig introduktör av modernismen, trots att han inte ritat nå-

gon enskild, enkelt identifierbar modernistisk ikon (Shand anför som ikoniskt exempel istället Markelius Helsingborgs konserthus). Men Stockholmsutställningen var banbrytande, och Asplunds största bragd. Den entusiasm inför Stockholmsutställningen som Shand gav uttryck för 1930 fanns alltså kvar. Paulsson och Asplund var, skriver Shand, modiga som satsade på ett modernistiskt formspråk som bröt med den tradition som gjort svensk arkitektur och design världsberömd:

It was a brave choice, for at the moment Sweden was held to be the only country with a traditional architecture of its own, "Swedish Charm", exemplified by the romantic pot-pourriism of Ostberg, the débonnaire Neo-Classicism of Tengbom (so well described by an English lady tourist as "the rather Roman sort of architecture, only flutier, which Swedes use as backgrounds to Milles' statuary groups"), had been universally hailed as the hope of the future, and was being sedulously imitated in England.<sup>64</sup>

Det engelska intresset för svensk funkis höll i sig under kriget. I september 1943 gav *Architectural Review* ut ett temanummer om Sverige. "Sweden. Oupost of peace in war", löd texten på omslaget som visade en situationsplan för Hakon Ahlbergs Sundsvalls sjukhus. En lång rad byggnader, av bland andra Asplund, Lewerentz, Sundahl, Ahrbom & Zimdahl, Paul Hedqvist och Backström & Reinius presenterades i numret, varav den överväldigande delen var modernistiska. Ett av få undantag var Tengboms klassiserande Istituto Svedese i Rom.

Numret innehöll även en artikel av den amerikanske arkitekturkritikern Georg Everard Kidder Smith, "An American Looks At Sweden". Hans intresse för, och fascination inför, svensk modern arkitektur skulle sju år senare resultera i boken *Sweden Builds*, som jag strax ska återkomma till. Både i 1950 års bok och i 1943 års artikel marknadsför Kidder Smith vad han anser vara en alltför lite känd byggnadskonst. Genom utbildning och propaganda har man i Sverige fått en allmän förståelse för god modern design och arkitektur. Men även om Swedish Modern är ett välkänt designbegrepp i USA, har dess motsvarighet inom arkitekturen undgått uppmärksamhet:

Whereas many laymen are familiar with the more portable evidence of this sound policy, except in professional circles, the architecture has escaped the attention its excellence deserves. It is the purpose of this article to take up some of their latest buildings, especially those whose public character would have resulted, in a less advanced community, in facades of "Greek", "Moderne", "Federal" or "Egyptian" grandeur.<sup>65</sup>

Kidder Smith framhåller den svenska markpolitiken som ett viktigt skäl till varför befolkningsökningen i Sverige inte lett till någon destruktiv förortsutveckling ("the incredibly wasteful and destructive 'suburban development'") och slum som i USA och England.<sup>66</sup> Adressen är uppenbarligen inhemsk, och han avslutar artikeln med en öppen fråga:

Sweden has much to offer; its forward, interested approach to architectural possibilities has lifted an entire nation to a level which no another has attained; its logical planning developments have produced a blight-proof country. Can we do the same?

Som ovan nämnts utkom Richards *An Introduction to Modern Architecture* 1940. Till skillnad från hos Hitchcock framställs Asplund här som en otvetydig företrädare för "modern architecture" ("modern" hade inte samma konnotationer till art deco i England som i USA). Skandinavien var en senfödd spelplats för den moderna arkitekturen, enligt Richards, men inte desto mindre var det där som en händelse tog plats som mer än något annat väckte allmänhetens intresse för modern arkitektur, Stockholmsutställningen 1930. Där kunde man för första gången uppleva den nya stilen, inte som isolerade strukturer, utan som hela kvarter.<sup>67</sup>

From then onwards, modern architecture in Scandinavia forged ahead rapidly, outrivaling the picturesque style exemplified by Ostberg's Stockholm Town Hall (completed in 1923), which had become so popular with romantically minded architects in England and elsewhere, and the more sophisticated neo-classical style of the equally admired Ivar Tengbom. But the somewhat doctrinaire puritanism typical of Central Europe at this time, and especially associated with the Bauhaus, was modified, in Sweden particularly, by a strong craft tradition. A preference for natural materials (Sweden contributed but little to the technical experiments on which modern architecture had thrived in other countries), the modest domestic scale on which even the larger buildings were conceived, and a sympathetic way of handling materials gave the Swedish brand of modern architecture a more human character which appealed strongly to those who preferred the break with the past softened by a charm of manner generally associated only with period reminiscence. This very charm carried with it the obvious danger that it might come to be valued above the more essential architectural qualities.<sup>68</sup>

Richards uppmärksammar också den viktiga roll som de skandinaviska regeringarna spelade för att stödja den nya arkitekturen; i de flesta andra länder fick modernismen slåss mot myndigheternas konservatism, skriver han.<sup>69</sup>



Boken, ur vilket ovanstående citat är hämtat, är alltså utgiven ett år efter världsutställningen i New York, på vilken Swedish Modern hyl-lades. Richards tycks inte helt övertygad om att medelvägens estetik, med dess blinkningar till dem som vill ha en mjukare övergång mellan traditionalitet och modernitet, var en helt lyckad väg och höjer som syns i slutet av stycket ett varnande finger för att det blonda träet kan dölja mer grundläggande arkitektoniska brister. Till skillnad från Hitchcock tycks dock Richard vid den här tiden i långt större utsträckning acceptera andra mildare modernistiska uttryck, och hans skrivningar om Asplund är enbart positiva. Det gäller också Skogskyrkogården, som ju Hitchcock aldrig berör:

But except in the work of Gunnar Asplund, architect of the Stockholm Exhibition of 1930 [...] and the Stockholm crematorium [...], Sweden has never contributed much to the revolutionary developments through which modern architecture made its initial impact on the world.<sup>70</sup>

Från Skogskyrkogården reproduceras ett fotografi över det stora korset och krematoriebyggnaderna. Till det anmärkningsvärda i Richards text hör att Asplund närmast skrivs in som en av de revolutionära krafterna i den modernistiska rörelsen.



En tredje arkitekturhistoriker som haft ett avgörande inflytande på 1900-talets historieskrivning är den tysk-brittiska arkitekturhistorikern Nikolaus Pevsner (1902–83). I sin första bok om den moderna rörelsen *Pioneers of the Modern Movement, from William Morris to Walter Gropius* (senare under titeln *Pioneers of Modern Design...*) 1936, omnämns inte en enda svensk arkitekt, formgivare eller konstnär. Faktiskt är Edvard Munch den ende skandinav som tillmäts en betydelsefull position i den moderna rörelsen. Boken har trots – eller på grund av – sitt begränsade format varit oerhört inflytelserik och brukar omnämnas som den mest lästa introduktionen till modern arkitektur och design. Boken kommer ännu ut i nya upplagor, och bidrar därmed till osynliggörandet av svensk arkitektur och design.

Däremot inkluderas Sverige i senare utgåvor av Pevsners *An Outline of European Architecture* (första utkom 1943, men det var först med den tyska jubileumsutgåvan 1960 som arkitekturen från 1914 till samtiden inarbetades). Pevsner omtalar här Asplund som både en framstående

nyklassicist, med Skandiabiografen och Stockholms stadsbibliotek som exempel, och som en viktig pionjär inom den moderna rörelsen. Pevsner ger här uttryck för en annan historiesyn än Hitchcock. Asplund framstår som en av dem som angav vägen bort från ”den vita kubens tyranni” och som visade på den moderna arkitekturens möjligheter till ljushet och transparens.<sup>71</sup>

## Sverige bygger

Det amerikanska intresset för den svenska medelvägen och dess estetik avtog snabbt under femtiotalet, för att på sextiotalet vara nästan helt försvunnet. Det sista magnifika exemplet på en amerikansk undersökning av svensk arkitektur och design är Kidder Smiths *Sweden Builds*, första gången publicerad 1950, men det är på den kraftigt redigerade utgåvan från 1957 som denna framställning bygger.<sup>72</sup>

Arkitekten Kidder Smith (1913–97) ägnade större delen av sitt liv åt att skriva om arkitektur, i böcker avsedda för den breda allmänheten. Flera av hans senare böcker behandlar amerikansk arkitektur, men han har förutom *Sweden Builds* även presenterat schweizisk arkitektur i *Switzerland Builds* (1950), italiensk i *Italy Builds* (1954), samt brasiliansk i *Brazil Builds*, sistnämnda tillsammans med Philip L. Goodwin för MoMA 1943. Hans stora engagemang i bevarandefrågor framgår tydligt av hans magnifika tre-bandsverk *The Architecture of the United States*, vol. 1–3, i samarbete med MoMA 1981, fältboken *Sourcebook of American Architecture*, 500 *Notable Buildings* (1996), och av hans engagemang i att bevara Frank Lloyd Wrights Robie House och Le Corbusiers Villa Savoye.

Båda utgåvorna av *Sweden Builds* har pärmar i gult och blått, dock med reverserad grundfärg för att särskilja dem. Skyddsomslaget har ett slags stiliserad svensk flagga, med en bild av funkisarkitektur och texten: ”Modern architecture... background... development... contribution...” Boken är fylld med ritningar och fotografier, varav några är i färg. Det gäller exempelvis bilden från Vällingby på samma uppslag som titelsidan, en idyllisk bild med lekande barn och vuxna som satt sig tillrätta i solen vid fontänerna. Valet av bild är signifikant för Kidder Smith. Det är inte en obefolkad arkitekturbild av det slag som dominerar i tidskrifter, utan en bild av den byggda miljön i bruk. På motstående sida, just under författarens namn, återfinns en teckning av David L. Leavitt. Också den föreställer Vällingby. Under höga tallar leker en mor och ett barn tillsammans med en hund. Mellan trädstammarna skymtar punkthusen.<sup>73</sup>

Stämningen från det första uppslaget går igen genom hela boken. Sverige är i långa stycken ett idylliskt land, där politiska åtgärder i kombination med socialt engagerade arkitekter skapat förutsättningar för sällsynt goda arkitektoniska lösningar. Boken spänner över vida fält. Den inleds med en historik över goda exempel på svenskt byggande, från stockvirkeshus, över kyrkor och palats, till Stockholms stadshus. Därefter behandlas arkitekturen från Stockholmsutställningen till samtiden. Redogörelsen för den samtida svenska arkitekturen är strukturerad i bostäder, utbildning och forskning, sjukhus och social välfärd, krematorier och kapell, "offentlig" arkitektur ("civic"), konserthallar och teatrar, hotell, klubbar och restauranger, idrottsanläggningar, parker, industriell arkitektur samt broar. Bostäder utgör det mest omfattande kapitlet. En avgörande förändring mellan första och andra upplagan är tillägget av Vällingby som fortfarande var under uppförande när boken trycktes. Vällingby ensamt upptar tjugo sidor.

Kidder Smith företräder ett renodlat centrum-periferi-tänkande, där nya idéer och innovationer sprids från mitten till utkanterna, oftast med avsevärd fördröjning. Under den tämligen pejorativa rubriken "Stylistic Whimsies Leading up to 1930" skriver han exempelvis:

Sweden dutifully followed at a respectful distance the dictates of architectural fashions developing on the Continent. These importations were always delayed in transit and often roughly executed and detailed.<sup>74</sup>

Hur kombinerar då Kidder Smith detta spridningstänkande med sin uppskattning av samtida svensk arkitektur? Jo, det visar sig att Sverige efter 1930 för en gångs skull lyckats springa förbi sina inspiratörer:

Like Switzerland, Sweden came a few years late to the development of modern architecture. Germany, Holland and France had each begun the "International Style" years before Sweden, but Sweden – again like Switzerland – has completely surpassed its early inspirers. By 1928 it had a small start; by 1930 the movement was almost everywhere accepted.<sup>75</sup>

1930 är alltså ett nyckelår, och skälet till det är förstås Stockholmsutställningen. Det är sällan, skriver Kidder Smith, som en så fullständig arkitekturrevolution skett i något land. Syftet med den samtida arkitekturen och designen var att skapa förutsättningar för nya sätt att leva. Asplund visste, enligt Kidder Smith, att den gamla arkitekturen och arkitektur-tänkandet var förbrukat; tillräcklig uppmärksamhet hade inte ägnats människans omgivning i en föränderlig värld. På ut-

ställningen visades en väg mot framtiden i form av både arkitektur och inredningar.<sup>76</sup> Arkitekturen var alltså både ett resultat av moderniteten och en motor i moderniseringen. Genom att Asplunds utställning övertygade massorna och tack vare aktivt support från statsmakten, etablerades den nya arkitekturen snabbt i Sverige. Bevis för dess totala genomslagskraft fick Kidder Smith under sina resor i Sverige. Till och med i de minsta städerna var nästan varje ny byggnad uppförd i modernistisk anda. Detta resultat av statliga, kommunala och kooperativa krafter stod i bjärt kontrast till småstäderna i hans hemland, med deras "shoddy, haphazard commercial quality".<sup>77</sup>

Kidder Smith framstår som lite kluven. Som vi sett ovan hade han redan 1943 uppmärksammat den svenska markpolitikens betydelse för en positiv stadsutveckling.<sup>78</sup> Men i USA klingade inte längre statlig kontroll och intervention, samt kooperativa lösningar, lika väljudande som de gjort under New Deal-eran. Det kalla kriget och McCarthys häxprocesser fick entusiasmen för den svenska modellen att svalna. *Sweden Builds* är i stora delar positiv till svensk arkitektur och samhällsliv, men den innehåller även bistra varningar om vart Sverige är på väg:

Their [svenskarnas] ability to run machines has convinced them that they can run themselves on their own ball bearings as so many controlled, mechanical units. The State increasingly considers its citizens as so many children, and increasingly puts out controls on human activities. One cannot dance in Sweden after twelve o'clock; one cannot have a cocktail without buying something to eat; one cannot do this; one cannot do that. If this continues, the atmosphere (and this includes the architecture) will become an unbearable norm of colorless mediocrity.<sup>79</sup>

Lite längre fram i texten tycks den dystra profetian ha gått i uppfyllelse:

For recently – and only recently in Sweden the dull dead hand of unimaginative officialdom has been laid on architecture. A government of "no-sayers" is arising in increasing numbers. To say "yes" involves responsibility. There is too much forbidding, too much bureaucracy. As a consequence the architecturally mediocre has become the easiest. State controls and investigations are getting almost unbearable. There is waiting, waiting, waiting. One needs permission to build a back porch; one needs fifty permissions to build a school, and then one must generally come to Stockholm itself to get it.<sup>80</sup>

Under ytan av ett språkbruk som andas förhärskande amerikansk miss-tänksamhet mot varje slags centralmakt, anas också rösterna från de svenska arkitekter, som Kidder Smith mött. Strax efter ovan citerade stycke konstaterar han att det bådär väl för framtiden att de svenska

arkitekterna uppmärksammat problemet, trots att den svenska statsmakten inte gjort det. Framförallt anas den kritik av Sverige som vid tiden började artikuleras i USA. Kidder Smith tycks högst ambivalent dra slutsatsen att både socialt engagemang och statlig kontroll å ena sidan, och privat företagsamhet och experimentlusta å den andra, har positiva effekter på arkitekturen.

The Swedish architects' concern with social conditions as a generator of architecture and planning is an extremely important facet of their design approach. Actually it is difficult to imagine their architecture in a nonsocialist country. As a product which minimize extremes, the architecture itself shows fewer extremes (and excitements) than is found in less stabilized countries.<sup>81</sup>

De statliga krafter som på trettioalet befrämjade spridningen av en god arkitektur över hela landet, hotade 20 år senare att kväva den samma under regleringar och byråkratisk utslätning. Det som hade motverkat den statliga kontrollens förlamande och nivellerande effekter var närvaron av starka och självständiga arkitekter, som Asplund, enligt Kidder Smith.<sup>82</sup>

## Hitchcock igen

Hitchcock och Johnson har haft flera tillfällen att titta tillbaka på sina banbrytande insatser; Hitchcock som historiker och Johnson som arkitekt och polemisk skriftställare. Båda betonar hur 1932 års utställning, katalog och bok präglades av deltagarnas närsynthet, men medan Hitchcock med historikerns ambitioner försöker ge mer historiskt genomtänkta redogörelser för vad som skedde, präglas Johnsons senare kommentarer av ironi. I synnerhet efter att han konverterat till postmodernismen.

Redan under senare delen av trettioalet kan man i både USA och Västeuropa uppfatta en rörelse bort från den renskalade modernismen. Ser man även till utvecklingen i Sovjetunionen, Tyskland och Italien framstår förstas International Style än mindre som 1900-talets självklara stil. Men även utanför de totalitära arkitekturscenerna får den strikta modernismen konkurrens. Förespråkare för vad som ofta kallades en mer humanistisk arkitektur vann mark redan under andra halvan av trettioalet. En likartad utveckling finner vi för övrigt inom bildkonsten och designen. Denna utveckling förstärktes under krigsåren även om bristen på internationella kontakter samt bristen på finansiella och materialmässiga resurser för en tid dolde att det var frågan

om en mer långvarig tendens. Asplunds arkitektur från de sista åren av hans liv avviker därmed inte, ur denna synvinkel, från huvudfåran inom internationell arkitektur. Tvärtom tycks han i hög grad ha befunnit sig i samklang med tiden. Exkluderingen av Asplund från amerikanska arkitekturhistorier är därför snarare ett uttryck för vad vi tidigare med Panayotis Tournikiotis benämnde *what-ought-to-be* och *what-ought-to-be-done* än *what-was-done*.

Det tog 5–10 år efter krigsslutet innan den estetiskt renskalade modernismen åter fick fast mark under fötterna, och kunde utvecklas till femtiotalets högmodernism. En intressant lägesrapport från den amerikanska scenen finner vi i en debatt på MoMA i februari 1948. Den föranleddes av att Lewis Mumford argumenterat för en mer mänsklig modernism ("humane form of modernism") i en artikel i *The New Yorker*.<sup>83</sup> Den inflytelserike amerikanske arkitekturkritikern hade sedan tjugotalet sökt en väg mellan maskinestetik och historicism, en syntes av traditionalitet och modernitet, stad och land, samt en möjlig allians mellan den heroiske arkitekten och lokala, folkliga byggnadstraditioner.<sup>84</sup> Mumford tyckte sig kunna se en vändning mot en arkitektur som förenade internationalism med regionala tillämpningar i Europa, men hans främsta exempel i *The New Yorker* var *The Bay Region Style* i Kalifornien. I debatten, där bland andra Hitchcock, Barr, Gropius och Breuer medverkade, kom denna mer humanistiska arkitektur även att förknippas med *New Empiricism* och Skandinavien.<sup>85</sup>

Hitchcocks position i diskussionen kan tyckas ambivalent. Han inleder sitt anförande med att konstatera att *International Style* nu var synonymt med "modern architecture". Den kritik som riktas mot den moderna arkitekturen var inte så mycket implicit i *The Bay Region Style*, fortsatte Hitchcock, som hos vissa svenska, holländska och schweiziska arkitekter. Kritikens mål var dock en väldigt snäv uppfattning om vad *International Style* var; en alltför bokstavlig tolkning av Le Corbusiers bostadsmaskin.<sup>86</sup> Den moderna arkitekturen kan nämligen vara både humanistisk och festlig, enligt Hitchcock. För att illustrera detta valde han överraskande Stockholmsutställningen:

There are expressions of gaiety, such as was once achieved so superbly within the frame of the *International Style* by Asplund in the Stockholm Exposition of 1930, and which later expositions have so signally failed to achieve.<sup>87</sup>

Parsons tolkar Hitchcocks inlägg som att denne nu prisade de sidor av Stockholmsutställningen som han tidigare undertryckt, nämligen det

lekfulla och uppsluppna.<sup>88</sup> Till de utställningar Hitchcock kritiserar i ovanstående citat hör sannolikt världsutställningen i New York 1939, där den svenska medelvägen gjorde succé. Det var en utställning som inte vände för det bombastiska och monumentaliteten inom ramen för ett klassiserande formspråk, vilket även är sant för Parisutställningen 1937. Mot klassicism behövde Hitchcock inte positionera sig, men väl mot de krav på monumentalitet inom ramen för den modernistiska arkitekturen som främst Sigfried Giedion företrädde. Hitchcock tillgrip minnena från Stockholmsutställningen för att leda i bevis att International Style visst var mänsklig, men undvek senare verk av Asplund som kunde leda tankarna mot både klassicism och monumentalitet.

Även om Hitchcock tyckte sig kunna sätta likhetstecken mellan International Style och modernism kunde han knappast konstatera att det mesta av det som byggdes var "modern" arkitektur. Förmodligen, skriver han 1966, var 90 procent av det som byggdes av etablerade arkitekter under tjuugo- och trettiotalen inte modernism. Och efter andra världskriget tycks till och med en del konkurrerande stilar, som Scandinavian Empiricism, i viss mån ha vuxit sig starka igen, med en mer komplicerad arkitekturscen som resultat.<sup>89</sup>

Hur involverad Hitchcock själv än var i lanseringen och utbredningen av den modernistiska arkitekturen, kunde han som historiker inte enbart berätta om dessa tio procent. När han på femtiotalet fick i uppdrag att skriva det band av *The Pelican History of Art* om 1800- och 1900-talets arkitektur som tidigare nämnts, ägnade han därför ett helt kapitel åt vad han rubricerar "Architecture Called Traditional in the Twentieth Century". Under denna rubrik återfinns mycket skandinavisk och amerikansk arkitektur. Här är det historikern Hitchcock som talar. Han är visserligen beredd att göra estetiska bedömningar och urval, men han vill inte värdera olika stilar i förhållande till varandra. Inom alla stilar finns god arkitektur och även en arkitekt som arbetar i en äldre stil kan producera utmärkt arkitektur. Förutsättningen är, enligt Hitchcock, att man använder värderingsinstrument som är anpassade efter den arkitekturstil man bedömer. För att bedöma 1900-talets "traditionalistiska" arkitektur måste man använda hjälpmedel från 1800-talet.<sup>90</sup>

Hitchcocks språkbruk är problematiskt. "Traditional architecture" brukar i andra sammanhang syfta på arkitektur som bygger på repetition av hävdvunna sätt att bygga. Detta gäller såväl enklare, folklig byggnadskonst ("vernacular") och prestigebyggnader som exempelvis

tempel. Men Hitchcock använder "traditional" som en beteckning för allt det som inte är modernistisk arkitektur under 1900-talet. Dessvärre finns det, som följd av modernismens och postmodernismens dikotomiska sätt att skriva historien, inget bra begrepp att använda som ersättning för det missvisande "traditional architecture"; "icke-modernistisk" tenderar att förstärka modernismens och postmodernismens normativa historiesyn.

Vilket begrepp som än väljs ställer det ur 1900-talets arkitektur som inte är modernism till problem för Hitchcock. Som historiker vill han bedöma varje stil efter sina egna förutsättningar, men samtidigt följa en utvecklingslinje. Eftersom denna arkitektur, i hans ögon, är ett slags eftersläpning och kvarleva dömd att förr eller senare gå under, passar den dåligt in i den narrativa strukturen. Han placerar den efter att modernismens historia berättats till slut, strax före ett avslutande kapitel om samtida (dvs. femtiotalets) arkitektur.

Vad som är modernt förändras med betraktarens position. Från femtiotalets högmodernistiska position syntes början av seklet, Hitchcocks ungdomsår, avlägsna, och även om de han kallar den första generationen moderna arkitekter var betydelsefulla vägröjare framstår deras arkitektur inte längre som lika modern. En svensk byggnad framstår dock fortfarande 1958 som nydanande:

An exception to this statement as regards Sweden is the remarkable Engelbrecht Church of 1904–14 in Stockholm by L. I. Wahlmann (b. 1870), with its great parabolic arches and its vertically massed exterior dominated by a very tall and svelte tower; there much of the experimentalism of the nineties lived on. For its influence, this is possibly a more important twentieth-century church than Ferret's at Le Raincy.<sup>91</sup>

Annars är det den höga standarden på svenskt hantverk som oftast återkommer som positiv markör hos Hitchcock vad gäller Sverige. Det var ju, som vi tidigare sett, ett frekvent inslag hos i första hand brittisk men även amerikansk reception av svensk arkitektur och design under de första tre decennierna av 1900-talet. Tolkningsmönstret var så etablerat att Hitchcock exempelvis kan skriva om Eliel Saarinen att hans byggnader i Cranbrook nästan uppvisar en svensk elegans vad gäller hantverket.<sup>92</sup>

När det gäller Asplund konstaterar Hitchcock redan tidigare i boken att den svenske arkitekten anslöt sig till Le Corbusiers och Walter Gropius nya arkitektur precis innan han färdigställde Stockholms stads-



bibliotek. Och på Stockholmsutställningen 1930 kunde han till fullo utnyttja den nya stilens möjligheter.<sup>93</sup>

Hitchcock bibehåller alltså ett tidrumsligt centrum–periferitänkan-  
de. Det tydliggörs när han jämför den modernistiska revolutionen med  
renässansen: också då började den nya stilen i ett regionalt avgränsat  
område, Florens, för att sedan sprida sig över Europa. Också utdöendet  
av en stil sker i en rörelse från centrum till periferin.<sup>94</sup> Överlevande  
stilar i periferierna drar knappast till sig historikerns intresse:

Survivals do not generally rouse the interest of posterity. The Gothic of fif-  
teenth century Italy or that of seventeenth century England has not received  
from historians the attention of the rising forces in the architecture of those  
periods. Somewhat unfairly, late and anachronistic achievements, if admired  
at all, are likely to be credited to the previous age. In America, for example,  
Grecian plantation houses built as late as the 1850s are frequently called  
'Southern Colonial'. We are too well aware today, however, that the work of  
the traditional architects of the last fifty or sixty years is of this century, and  
not of the previous one, to permit that kind of confusion. The historian *must*  
attempt to give some sort of account of things like the Stockholm City Hall  
[...] and the Woolworth Building. But the story is not an easy one to tell be-  
cause it seems – at least to the present generation – to lack plot. The rise of  
modern architecture, on the other hand, offers material for a dramatic nar-  
rative, for it follows the pattern of the "success-story", just as does that of  
the Gothic in twelfth century France or the beginnings of the Renaissance in  
fifteenth-century Italy.<sup>95</sup>

Någon slags redovisning måste Hitchcock alltså göra för Stockholms  
stadshus. Han är en alltför medveten berättare för att låta den drama-  
turgiska nerven helt försvinna; kapitlet om "traditional architecture",  
där ju redan själva benämningen vänder på berättelsens logik, kommer  
sent i boken och har snarast karaktären av appendix eller utvikning.  
Att dessa reminiscenser över huvud taget finns med, beror på deras  
uppenbarliga närvaro i rummet, samt en tröghet hos diskursen. Vi  
har tidigare sett att Stockholms stadshus var med på AIA:s lista över  
framstående byggnader så sent som 1948. Men, anser Hitchcock, med  
tiden kommer detta slags byggnader att strykas ur arkitekturhistorien.  
Stadshuset kommer att bli lika osynligt på längre historiskt avstånd  
som sydstaternas plantager.

Genom att använda äldre tiders analytiska instrument kan Hitch-  
cock ändå uppskatta den klassiserande arkitekturen på tjugotalet. I  
detta sammanhang, som ett utropstecken i den historiska parentesens,  
får Asplunds stadsbibliotek en längre, positiv redogörelse:

[T]he climax in Sweden – if not, indeed, the climax as regards all Scandinavia – came with Asplund's Central Library in Stockholm, begun in 1921 and much simplified and refined as construction proceeded through the mid twenties. Rejecting the frivolous decorative detail of his Skandia Cinema of 1922–3, Asplund rivaled the Danes in reducing architecture to geometrical simplicity [...]. Thus he might almost seem to have passed beyond C. F. Hansen and Schinkel, the Scandinavian idols of the day, to draw the inspiration for his plain cylinder rising out of a cube directly from Ledoux or Boullée [...]; while at the base ran a continuous band of windows derived from the newest architecture of these years in France, Germany, and Holland. This juxtaposition in the same edifice of Ledoux and Le Corbusier, so to put it, is rather awkward; but it is highly symptomatic of the very slight step that the Scandinavians had still to take in the late twenties when they gave up revived Romantic Classicism – already pared down to basic geometry in this library and in much Danish housing – to become outright converts to the "International Style".<sup>96</sup>

Som framgår av ovanstående citat lyckas Hitchcock inte i sitt uppsåt att bedöma Asplunds arkitektur efter en måttstock avpassad för den: att se och bedöma den med 1800-talsögon. Tvärtom tycks de kvaliteter Hitchcock ser i Stadsbiblioteket, liksom i en del övrig skandinavisk klassicism, ligga i hur nära den kommer International Style genom sin avskalade form. Stadsbiblioteket mäts mot vart byggnaden tycks syfta snarare än mot traditionalismens estetik och förutsättningar, dvs. efter vad den ought-to-be.

I detta och liknande avsnitt visar Hitchcock upp ett tämligen ensartat evolutionstänkande. Arkitekturhistorien har en riktning och stilarerna är att betrakta som stadier i utvecklingen.<sup>97</sup>

Som jag förstår Hitchcock kan somlig eftersläpande arkitektur vara värd att omnämna, eftersom den ingår i en meningsfull successionsordning. Hit tycks en del av tjugotalsklassicismen höra, exempelvis Tengboms konserthus i Stockholm, som en station på vägen mot den nya arkitekturen. För Hitchcock förblir 1930, Stockholmsutställningens år, en alldeles tydlig gräns vad gäller skandinavisk arkitektur. Efter den är ingen traditionalism längre intressant.<sup>98</sup>

## Postmoderna perspektiv

1943, tre år efter Asplunds bortgång, gav Svenska Arkitekters Riksförbund genom sitt förlag Byggmästaren ut en påkostad monografi, med texter på svenska och franska av Hakon Ahlberg och Gustav Holmdahl.<sup>99</sup> Den tycks emellertid ha fått liten spridning i USA.<sup>100</sup> 1948 utkom

en mindre bok om Asplund på italienska, samt i spansk översättning, författad av Zevi Bruno, som fick något större spridning.<sup>101</sup> Faktum är att inte ens den engelska utgåvan av Byggmästarens praktverk som utkom 1950 köptes in av något större antal bibliotek i USA – faktiskt inte mycket mer än en bok per delstat.<sup>102</sup>

En andra våg av böcker om Asplund kom först i samband med hundraårsjubileet av hans födelse 1985. Byggmästarens Asplundmonografi från 1943 gavs ut i ny upplaga 1981, följd av en engelsk översättning 1986. Både Stuart Wredes *The Architecture of Gunnar Asplund* 1980 och Claes Caldenby med flera, *Asplund. A Book* 1986 finns på hundratals amerikanska bibliotek.<sup>103</sup> I den japanska serien *Global Architecture* utkom en volym om Asplund 1982.<sup>104</sup> Architectural association i London gav ut *Gunnar Asplund, 1885–1940. The Dilemma of Classicism* 1988, och *Architects Journal* publicerade samma år boken *Erik Gunnar Asplund*.<sup>105</sup> Christina Engfors *E.G. Asplund. Architect, Friend and Colleague* utkom i engelsk översättning 1990.<sup>106</sup> Till detta kommer ett antal utställningskataloger och specialverk, samt böcker på andra språk än engelska.

En sökning bland tidskriftsartiklar ger ett likartat mönster. En sökning på engelskspråkiga artiklar om Asplund publicerade utanför Sverige i *Avery Index to Architectural Periodicals*, som täcker perioden från cirka 1930 till samtiden, ger tio träffar under hans levnad och fem träffar under perioden 1941–79. Därefter följer hela 37 artiklar under åttiotalet och 20 under nittiotalet. Under 2000-talet har hittills sju artiklar noterats i *Avery Index*.<sup>107</sup>

Även om det inte är ett överväldigande antal amerikanska artiklar vittnar de om ett ökat intresse för Asplund. Det hänger samman med att den klassiserande postmodernismens genombrott på bred front i slutet av sjuttioalet kom att aktualisera en lång rad arkitekter och byggnader som under modernismen inte ansetts relevanta för den samtida praktiken. Karl Friedrich Schinkel, Inigo Jones, Christian Frederik Hansen, Étienne-Louis Boullée, Claude Nicholas Ledoux, Edward Lutyens och många andra namn ur historieböckerna blev åter intressanta som samtalspartners i arbetet med nya projekt. Asplund-utställningen på MoMA 1978 kan förstås i detta sammanhang, men mer betydelsefullt blev reproduktionen av Asplunds verk i internationellt spridda tidskrifter, böcker och utställningskataloger.<sup>108</sup>

Den tidskrift som mer än någon annan representerar åttiotalets klassiserande postmodernism är brittiska *Architectural Design*, med Charles Jencks som en flitig medarbetare. *AD* hade stor spridning i USA och skrev

ofta om amerikanska projekt. Även Asplund och andra skandinaviska arkitekter uppmärksammades av tidskriften, om och när de ritat klassiserande arkitektur. En viktig artikel i sammanhanget är Demetri Porphyrios omfattande presentation av svensk och dansk klassicism i *AD* 1982.<sup>109</sup> Porphyrios (f. 1953) är verksam i USA och England som utövande arkitekt och lärare (bland annat vid Yale University), och hans intresse för nordisk arkitektur har därmed haft ett stort inflytande. Artikeln var som alltid i *AD* rikligt bildsatt med både ritningar och färgfotografier av byggnader ritade av bland andra Lewerentz, Asplund, Östberg, Tengbom, Cyrillus Johansson, Carl Bergsten, Sven Markelius och Eskil Sundahl.

Charles Jencks (f. 1939) införde begreppet dubbel kodning ("double-coding") om arkitektur som på en och samma gång talar med en bred allmänhet och är intressant för arkitektvärldens inre kretsar.<sup>110</sup> Tanken är att alla blir attraherade av en arkitektur som lämnar den, i Jencks ögon, tråkiga modernismen, och inför lekfulla, ofta klassiserande, element. Men när tidens ledande arkitekter som Michael Graves eller Leon Krier citerar Asplund finns också något som stimulerar den bildade betraktaren. Utan att ge oss in i en diskussion om det realistiska eller det etiska i Jencks arkitektursyn, kan vi konstatera att effekten av dessa citat knappast blev ett synliggörande av Asplund utanför de initierades kretsar.<sup>111</sup>

Bland arkitekter har Asplund heller aldrig varit helt bortglömd i USA, även om han ansetts vara en "minor master", en mindre betydande arkitekt. 1978 aktualiserades han alltså genom en utställning på Museum of Modern Art i New York. Parson förklarar det nya intresset för Asplund med den samtida pluralistiska arkitekturscenen, där en lång rad arkitekter kan diskuteras och refereras, utan krav på att de ligger i mittfåran av 1900-talets arkitekturhistoria, såsom den förmedlats av exempelvis Hitchcock.

Väsentliga drag var ifrågasättandet av den modernistiska kanon och historieskrivningen. Ifrågasättandet tog sig mångahanda uttryck. På arkitekturfältet är Robert Venturis, Denise Scott Browns och Steven Izenours undersökningar av det "låga", den slumpartade, kommersiellt inriktade arkitekturen längs The Strip i Las Vegas, ett betydelsefullt exempel.<sup>112</sup> Parson påpekar att Venturi m.fl. aldrig refererar till Asplund, trots att han borde vara ett intressant exempel när det kommer till "complexity and contradiction" i arkitekturen, och med största säkerhet är en bekant arkitekt för de mycket välorienterade författarna.

Venturi intresserade sig, liksom många andra i sextioalets konst-

design- och arkitekturdebatt, för den kommersiella, marknadsorienterade populärkulturen. Det var från den som han sökte sina orena exempel, dikotomier till modernismens avskalade estetik. Den komplexitet och motsägelsefulla spänning som återfinns i Asplunds arkitektur var sannolikt alltför high-brow för Venturi med själsfränder. Det är signifikativt att återupptäckten av Asplund skedde i ett annat postmodernt läger, hos arkitekter som inte drog sig för att tillämpa Jencks dubbla kodning: Familjära, igenkännbara former och tecken för den breda allmänheten, och blinkningar i ögonvrån till kollegor och arkitekturintresserade.



1975 presenterade Michael Graves en övningsuppgift för sina studenter på Princeton. Den gick ut på att rita ett gästhus till en existerande byggnad, Asplunds Villa Snellman från 1918. I en presentation av uppgiften skriver Graves att villan på ett subtilt sätt kombinerar utvändigt enkelhet med inre komplexitet, något som ger studenterna möjlighet att spela med dessa kvaliteter i sina tillbyggnadsförslag.<sup>113</sup>

Graves intresse för Asplund sammanföll med att han själv befann sig i en viktig övergångsfas, från modernismens abstraktion till ett explicit citerande av traditionella former, från en arkitektur strukturerad som en öppen ram till en som använder väggar som principiella organiserande element.<sup>114</sup> Graves betonar just användningen av väggar, och i dem placeringen av fönster och dörrar, som ett viktigt element i uppgiften. Visst är planen viktig, skriver han, men den är ett konceptuellt verktyg med begränsade möjligheter att förmedla den tredimensionella arkitekturens perceptuella egenskaper. Han argumenterar mot Le Courbusiers fönsterband, och för den traditionellt inramade fönsteröppningens förmåga att tala till människans kroppsliga erfarenhet. Asplund lyckas i sin villa använda väggar, dörrar och fönster till att skapa spänningsfyllda relationer mellan byggnadens rum och fasta strukturer, enligt Graves.

Distinctions are made in the Asplund villa between walls of various types: shallow versus deep, those that contain activity and those that separate activity, walls that register the symbolic functions that occur on them such as a fireplace, those that recognize the framing possibilities in rectangular and rounded rooms and their centroidal possibilities, and walls utilizing forced perspective to underscore their connective capabilities.

In considering the placement of elements in a wall such as window or door modern architects have not generally dealt with the confrontation of the body to the wall.<sup>115</sup>

Graves beskrivning av Asplunds villa som en kombination av yttre enkelhet och inre komplexitet kan föra tankarna till Venturi, men den fortsatta betoningen på fenomenologiska värden, som taktilitet, pekar på avgörande skillnaderna dem emellan. Att intrycket består visas av att det också i mycket av Graves byggda arkitektur finns blinkningar till Asplund, exempelvis i biblioteket i Topeka, Kansas 2001 och tillbyggnaden till Minneapolis Institute of Arts 2006.<sup>116</sup>

”Återupptäckten” av den svenske arkitekten ställer också frågor om kontinuitet och brott i arkitekturhistorien. Parsons misstänker att det var genom sin mentor Colin Rowe (1920–99) som Graves kom att uppmärksamma Asplund.<sup>117</sup> Asplund var en självklar referenspunkt för Rowe, även om hans främsta intresse låg i italiensk manierism och i Le Corbusiers modernism. Rowe var angelägen om att inte reducera 1900-talets historia till modernismens, och gjorde under senare delen av sitt liv stadsbyggnadsfrågor till en viktig del av sitt tänkande, vilket haft ett avgörande inflytande på nyurbanismen i USA. Det är emellertid svårt för en utomstående att kartlägga Rowes påverkan på sina studenter, eftersom han publicerade sig sparsamt. Han beskrivs som en lärare som främst verkade genom det talade ordets makt. Ett kortfattat exemplifierande av skandinavisk tjugotalsklassicism, genom Lister Härads Rådhus i Sölvesborg, i en text från 1984, är det närmaste en explicit diskussion om Asplund som Rowe kommer i sina skrifter.<sup>118</sup>



Exemplen Graves och Rowe visar att Asplund fanns kvar i medvetandet hos amerikanska arkitekter under 1900-talets tredje fjärdedel. Men det var MoMA-utställningen 1978 som åter aktualiserade den svenske arkitekten för en större allmänhet.

MoMA anlidade den finsk-amerikanske arkitekten och konstnären Stuart Wrede som gästintendent. Han behövde inte inordna Asplund i en sammanhållen berättelse om 1900-talets arkitektur, men han var medveten om de problem som tidigare historieskrivare haft, och han skriver på sätt och vis utifrån en vilja att åter inkludera Asplund i historien. Strategin för detta är kontextualisering. Asplund är en av många

arkitekter som vid seklets början såg sig stå inför problemet att ge det nya samhället en passande arkitektonisk skrud, skriver Wrede, och för på detta sätt in Asplund i samma kontext som Adolf Loos, som ju också mötte ett pånyttfött intresse i den senmoderna och/eller postmoderna arkitekturvärlden.

Utställningen öppnade den 30 juni 1978 och bestod av svart-vita fotografier, planer samt en text av Wrede.<sup>119</sup> *New York Times* ansedda kritiker Ada Louise Huxtable (1921–) beskrev utställningen i mycket positiva ordalag, även om hon fann Wredes text lite tung om symboliken hos Asplund. Huxtable inleder med att beskriva negligeringen av Asplund som en följd av den segrande modernismens exkluderande historieskrivning:

There are those who play by the rules, and those who do not – in architecture as in everything else. And whether or not an architect has played by the correct rules of modernism has determined, to a large degree, the place to which he is consigned in history and the annals of taste.<sup>120</sup>

Men, fortsätter hon, inte heller historien spelar efter några regler. Just nu befinner sig både smaken och historien i en övergångsfas som på nytt har aktualiserat Asplund.

That is way the work of the Swedish architect, Gunnar Asplund (1885–1940), currently on display at the Museum of Modern Art, is so important to see. It brings together the buildings of one of the most creative and misunderstood practitioners of the period between the two wars, for the reevaluation of an artist who has slipped in and out of the limelight of critical approval with puzzling dexterity. [– –] Asplund was, in fact, consistently shortchanged by those who were busy fitting 20-century talents into the Procrustean bed of the International Style. He was able to step in and out of that style with the greatest of ease, giving throwaway lessons to its more plodding followers.<sup>121</sup>

Tyvärr fick allmänheten aldrig någon chans att läsa Huxtables recension. Den skickades ut på vajer den 20 september 1978, men trycktes aldrig i någon papperstidning. Sedan drygt en månad pågick nämligen en tryckeristrejck i New York som hindrade flera dagstidningar, däribland *New York Times* att komma ut.<sup>122</sup> Strejken avblåstes inte förrän den 5 november. Asplundutställningen hade då varit nedplockad sedan en månad.<sup>123</sup>





## Svenska projektioner

Victor Sjöström, Greta Garbo, Ingrid Bergman och Ingmar Bergman. Inte inom något annat visuellt fält finns lika många berömda svenskar som inom filmen. Och närmast bakom denna tät-trupp finns ytterligare tiotals svenska skådespelare, regissörer och filmare som gjorts sig ett namn i USA. Detta är ett skäl så gott som något att närmare studera hur filmen bidragit till föreställningar om Sverige, samt vilka slags Sverigebilder som konstruerats på och kring den vita duken.

Närmelsesättet i detta kapitel liknar flera av de föregående i det att jag främst ser till vad som uppfattats som svenskt i filmens värld, utan att lägga alltför stor vikt vid upphovsmässiga förhållanden. När det kommer till frågor om ursprungsland (COO: Country of Origin, se del 1, s. 18–29) är situationen emellertid lite annorlunda för film än andra kulturformer. Det är i första hand filmens finansiering, det vill säga dess producent, inte regissören, skådespelarna eller inspelningsplatsen, som avgör filmens nationalitet i juridiska sammanhang. I det svenska filmavtalet står:

En film anses som svensk under förutsättning att filmen har en svensk producent och att den svenska insatsen av artistiska medarbetare är av påtaglig betydelse. En film som inte har svensk producent är ändå att anse som svensk under förutsättning att dels den svenska kapitalinsatsen uppgår till 20 procent av produktionskostnaden, samt att den svenska insatsen av artistiska medarbetare är av påtaglig betydelse. (2000 års *Filmavtal*, §3.)

*Med blottad hals.  
Arnold Genthes  
berömda foto av  
Greta Garbo från  
1925. Foto: Library  
of Congress.*

Denna formella bedömning av en films ursprung (COO) behöver dock inte alltid sammanfalla med publikens uppfattning om filmens hemrighet. Lasse Hallströms *Chocolat* (2000) är en film som ger sken av att utspelas i Frankrike (COE: Country of Evocation, se del 1, s. 29), vilket förstärks av att Juliette Binoche spelar en av huvudrollerna (och ta-

lar engelska med fransk brytning), den är regisserad av en svensk på Miramax, som ägs av Walt Disney Studio Entertainment, men både Storbritannien och USA anges som upphovsländer.

Flera av Lasse Hallströms filmer är goda exempel på hur nationella föreställningar och stereotyper utnyttjas och konstrueras. Han kom till Hollywood i början av 1990-talet, efter internationella framgångar med *Mitt liv som hund* (1985), samt i viss mån också med två filmatiseringar och en teveserie efter Astrid Lindgrens böcker om barnen i Bullerbyn (1986–87). Hans amerikanska filmer har mötts av blandad kritik i USA, med *What's Eating Gilbert Grape* (1993) som största succé. *Gilbert Grape* utspelas i Mellanvästern (Iowa), och rollbesättningen består av amerikanska skådespelare (Johnny Depp, Leonardo DiCaprio, Juliette Lewis m.fl.). Även flertalet av hans övriga filmer utspelas i Nordamerika, med *Chocolat* och *Casanova* (2005) som främsta undantag. Recensenterna beklagar ofta att han aldrig åter nått upp till samma kvalitet som i *Mitt liv som hund*, samtidigt som filmerna beskylls för att vara för udda för att kunna bli stora kassasuccéer.<sup>1</sup> Filmerna har ofta fått kritik för att vara "söta", och de anses av somliga recensenter främst passa för en kvinnlig publik.<sup>2</sup> Många gånger påtalas att filmerna skiljer sig från amerikanska:

Quite moving in places, *Gilbert Grape* has a bittersweet flavor of its own. There's good reason why it plays nothing like a typical American movie. *What's Eating Gilbert Grape* was directed by Lasse Hallstrom, the Swede who directed and co-wrote 1985's much-loved *My Life as a Dog*.<sup>3</sup>

Att rutinmässigt påtala för läsaren att Hallström är svensk, och ta fasta på skillnader mellan svensk (eller europeisk) film och amerikansk, följer samma receptionsmonster som vi tidigare stött på. Den påstådda sötheten och den kvinnliga tonen i Hallströms filmer kan finna stöd i deras faktiska gestaltning och story, men följer också ett stereotypt receptionsmonster av den svenske mannen som vi följt sedan slutet av 1800-talet. (Jämför del 1.) Den svärförenliga logiken i mottagandet ligger i att man efterfrågar det annorlunda (Hallströms personliga touch, hans svenska/europeiska ton) men samtidigt inte vill ha den i större dos än att filmerna som helhet upplevs begripliga (dvs. följer ett gängse mönster för hur en berättelse förmedlas och gestaltas). Eftersom Hallström snabbt låtit sig assimileras i Hollywood kan kritiken mot att hans filmer numer saknar det som gjorde *Mitt liv som hund* sevärd, få ett inslag av att han tappat en del av sin personlighet och svenskhet

under resan. Faktiskt är diskursen kring Hallströms flytt till Hollywood inte helt olik den om en av de första svenska regissörerna som gavs möjlighet att arbeta där: Victor Sjöström.



Sjöström är intimt förknippad med det som brukar kallas den svenska filmens guldålder. Det handlar om perioden 1916–25, dvs. från Victor Sjöströms film *Terje Vigen* till Mauritz Stillers avresa till Hollywood. Avgränsningarna kan dock göras annorlunda. På goda grunder kan förutsättningarna för den svenska filmens storhetstid förläggas redan till 1910-talets första år och Sjöströms avresa till Hollywood 1922 kan få beteckna periodens slut.<sup>4</sup> Orsakerna till den svenska filmens blomstring har sökts på olika håll. Personfokuserande förklaringar hänvisar till regissörerna Sjöströms och Stillers, fotografen Julius Jaenzons samt filmdirektören Charles Magnussons stora begåvningar och initiativkraft. En betoning av Svenska Bios (AB Svenska Biografteaterns) förändrade produktionsstrategi 1916/17 riktar istället uppmärksamheten mot receptionshistoriska och företagsekonomiska orsaker. Slutligen påpekas ofta att neutraliteten i kriget hade skapat bättre produktionsvillkor i Sverige än i många andra länder, vilket ledde till att det kom ut flera svenska filmer på den internationella marknaden efter krigsslutet.<sup>5</sup>

Bo Florin har pekat på de analytiska svårigheter som uppstår när man betraktar relationen europeisk film–amerikansk film, som en alltför binär struktur. I anslutning till Alison Butler argumenterar Florin för möjligheten av ”en nationell film som varken imiterar eller opponerar mot Hollywoods koder, utan helt enkelt använder ett annat kodsystém”.<sup>6</sup> Med ”nationell” och ”svensk” avses förstås inte något essentiellt, utan receptions-kategorier.<sup>7</sup> En film som på mer eller mindre goda grunder uppfatta(t)s som svensk, definieras i detta sammanhang som svensk film. Detta står naturligtvis inte i motsättning till att man i denna receptions-kategori kan finna särdrag som förenar (en del av) filmerna som faller inom kategorin, och skiljer dem från (merparten av) filmerna i andra nationella grupper. Genom bland andra Sjöström och Stiller utvecklade den svenska filmen verkkningsmedel som gav den en egen ton. Den hade ett avancerat bildspråk, använde naturen som självständig aktör i dramat och byggde i hög grad på litterära förlagor, vilket fick den att framstå som mer intellektuell än den amerikanska.<sup>8</sup> Detta förhållande får emellertid inte skymma att den, också under den-

na tid, i hög grad lät sig inspireras av Hollywood, i alltifrån ekonomiska och administrativa innovationer till nya konstnärliga verkkningsmedel. Tydligt är att även Hollywood upplevde att svensk (och för den delen även annan europeisk) film och svenska regissörer skilde sig från amerikanska. Det är skälet till att Sjöström importerades till Kalifornien. Eventuella skillnader mellan olika "nationaliteter" förstärktes också av artiklar och recensioner i tidningar och tidskrifter.

I början av tjugotalet hade europeisk film importerats till USA i ganska omfattande skala. Amerikanska filmbolag hade också experimenterat med att spela in i Europa, men vid decenniets mitt var den dominerande uppfattningen att det var en bättre lösning att importera regissörer och skådespelare än filmer. Många av dessa var skandinaver. I *Photoplay* 1926 talades det om "the Swedish Invasion" med anspelning på de skandinaviska vikingarna: "America is rediscovered by the Norsemen and Nordic talent gets strong reinforcement."<sup>9</sup> Under tjugotalet växte den svenska kolonin i Santa Monica snabbt och man skämtade i pressen om att man som amerikan nästan blev betraktad som en utlänning där.<sup>10</sup>

Graham Petrie har i sin omfattande studie av europeiska regissörer i Hollywood 1922–31 på ett övertygande sätt satt receptionen av "utländskhet" i film i relation till förändringar i synen på utlänningar och invandring tiden efter första världskriget.<sup>11</sup> Under kriget växte miss-tänksamheten mot främlingar, något som på sikt leder fram till en strängare immigrationslagstiftning 1924. I filmreceptionen motverkades dessa stämningar till en början av ett intresse för kvaliteterna hos europeisk film. Mot slutet av tjugotalet rådde dock en samstämmighet mellan de flesta kritiker och den stora filmpubliken om den amerikanska filmens överlägsenhet.<sup>12</sup>

Det är under denna tid som grunden läggs till det receptionsmönster som sedan dess präglar amerikaners (och många andras) syn på film. Hollywood utgör normen. All annan film markeras som speciell: utländsk, konst(ig)film. Och viktigast: film är i första hand underhållning. Dess innehåll och form måste först och främst underställas det överordnade kravet att roa betraktaren.

Utländsk film uppfattas som konst(ig)film, tillsammans med produktioner av inhemska regissörer som avviker från det gängse mönstret. I det avseendet är det inget som skiljer en film av exempelvis Bo Widerberg från Robert Altman. De visas på speciella biografier ("art cinemas") eller kanske på universitetens filmklubbar. Men medan bådas

filmer uppfattas som ”high brow” och intellektuella konstverk, är det förstås enbart Widerberg som sammankopplas med föreställningar om Sverige och svenskhet.



John Fullerton har argumenterat för att det, som utifrån kan uppfattas som efterblivenhet hos svensk film på 1910-talet, kan vara medvetna särdrag som utvecklades i dialog med den svenska publikens förväntningar.<sup>13</sup> Relationen producent–publik kan i detta perspektiv leda till tämligen divergerande nationella mönster. Samtidigt ska man hålla i minnet vilket enormt inflytande den amerikanska filmen tidigt fick, vilket naturligtvis påverkade publikens förväntningar på bildspråk, handling och narrativ struktur.<sup>14</sup> Hollywood lade snabbt under sig den svenska marknaden – få amerikanska filmer hade importerats till Sverige före 1914. 1916 säkrade Charles Magnusson vid AB Svenska Biografteatern distributionsrättigheterna till Triangle Pictures (senare MGM) i Sverige,<sup>15</sup> och efter första världskriget utgjorde amerikansk film en överväldigande majoritet av det som visades. ”Toppåret” 1919 kom över 80 procent av det som gick upp på biograferna från USA. Den svenska kontingenten var sällan högre än ett par procent.<sup>16</sup>

Premiärstatistiken säger visserligen ingenting om hur många som gick på de olika filmerna, men den är en tydlig indikation på att den svenska biopubliken såg långt fler amerikanska filmer än svenska. Och även om det går att se skillnader mellan svensk och amerikansk film vad gäller tempo, litterära förlagor, anslag, bildspråk och berättarteknik, så bör den amerikanska filmen efter hand ha blivit tongivande i formandet av publikens sätt att se film. Mycket av den svenska film som producerades följde också det amerikanska/internationella berättarmönstret.<sup>17</sup> Det sistnämnda är förstås inte heller statistiskt. Samtidigt som den amerikanska övervikten i biografutbudet var stor under mellankrigstiden, uppstår efter första världskriget en växelverkan mellan europeisk och amerikansk film. Men medan den svenska publiken kan förmodas ha varit öppen och mottaglig för både svensk och amerikansk film, torde den amerikanska publiken ha haft betydligt svårare att ta till sig den svenska eftersom den var en marginell del av utbudet och delvis byggde på andra kodsystem än Hollywoods.



Det fanns i Sverige vid tjugotalets ingång en föreställning om den svenska filmens höga kvalitet och att det förelåg möjligheter att slå sig in på den amerikanska marknaden:

[D]en svenska filmen [har] haft att kämpa mot en övermäktig [amerikansk] produktion, som nästan totalt uteslutit möjligheten av en utländsk filmimport. Att det oaktat svensk film under senare tiden lyckats tränga sig in på den amerikanska marknaden och nu senast erhållit de amplaste lovord i den amerikanska pressen, vittnar endast om den svenska filmens höga kvalitet i förhållande till andra länders.<sup>18</sup>

De svenska filmer som avsågs var antagligen Sjöströms *Tösen från Stormyrtorpet* och *Terje Vigen*.<sup>19</sup> Förstnämnda film visades på en sluten visning av The National Board of Review of Motion Pictures 1919, som även sammanställde en rapport om deltagarnas omdömen. En majoritet hittade följande särdrag hos den svenska filmen: "[T]he production is characterized by a greater naturalness, a more careful attention to detail and the creation of atmosphere and perhaps on the whole a higher degree of artistry." Däremot ansåg somliga att dramaturgin var långsam och ålderdomlig, samt tekniken bristfällig.<sup>20</sup>

Vad som uppfattas som naturligt, konstnärligt eller ålderdomligt är förstås avhängigt erfarenheter och preferenser. Det är också tänkbart att det delvis var andra aspekter av filmerna som tilltalade den amerikanska publiken än den svenska. Otivvelaktigt fick dock flera svenska filmer positiva recensioner i USA vid denna tid. Om Sjöströms *Terje Vigen* skrev exempelvis *New York Review* att "we cannot think of an American director who could have brought out its psychology or its realistic scope any better – perhaps not so well".<sup>21</sup> Och *Exhibitor's Trade Review*: "This Swedish Company might give tips to certain American producers on how to make an intensely dramatic feature without a flourish of action, piffing sentiment, excessive romance, gee-gaws and curls."<sup>22</sup>

I Sverige rapporterades stolt de svenska filmernas framgång "over-seas". *Filmnyheter* citerar *New York Times* positiva recension av Stillers *Herr Arnes Pengar* 1922 och *Filmjournalen* utbrister samma år: "Äntligen rättvisa åt vår film i Amerika."<sup>23</sup> Sistnämnda artikel handlar om de framgångar som Sjöströms *Körkarlen* (1921, *The Phantom Chariot*) rönt i USA. Florin har emellertid i en komparativ studie av svensk och amerikansk reception noterat att den svenska pressen gärna förstärkte den "svenska" filmens framgångar i USA, och inte vidareförmedlade ne-

gativa recensioner.<sup>24</sup> Detta följer, som synes, samma mönster som vi iakttagit på andra områden.

Svensk film kunde uppskattas av amerikanska filmkännare, men var ingenting för vanliga biografer. Att tala om en bred reception av svensk film låter sig därför inte göras, men för de inre kretsarna av filmvärlden var de välkända och förknippades med kvalitet, nyskapande och intellektuellt förhållningssätt. Att Sjöströms och Stillers filmer fick positiva omdömen av branschfolk och filmkritiker betyder alltså inte att de blev succéer hos den stora biopubliken. De svenska filmerna tycks, med undantag från *Körkarlen*, endast ha setts av mindre, inbjudna, publik.<sup>25</sup> I *Körkarlen* hade Sjöström tillsammans med fotografen Julius Jaenzon utvecklat ett suggestivt bildspråk med stora delar av scenerna förlagda i mörker och med expressiva dubbelexponeringar. Dröm och verklighet växlas och historien berättas inte linjärt utan minnesbilder vävs in i filmen. När den 1922 släpptes i USA var den kraftigt omklippt. Blandningen av olika verklighetsnivåer och tempus ansågs för komplicerad för den amerikanska biopubliken av den amerikanska importören.<sup>26</sup> Trots (eller på grund av?) ingreppen blev den ett publikt fiasko.

Regissören Tom Terriss intervjuades i *Filmjournalen* 1922 och öser beröm över *Körkarlen*, för dess foto och regi. Därefter stoppar han in en brasklapp:

Det är endast en sak som jag måste säga emot dessa svenska filmer – från amerikansk ståndpunkt. Edra historier äro för tunga för den amerikanska publiken. Inte för några av oss – men för publiksuccès. För mig förefaller det lika dumt att be er göra andra historier – som att be en stor konstnär göra omslagssidan på en dussintidning. Men för edra filmers succès är det nog nödvändigt att ”kompromissa” just i den riktningen. Fastän det är sorgligt att det skall behövas!<sup>27</sup>

Citatet skulle kunna analyseras för allt det säger om amerikansk självbild, och distinktionen mellan highbrow och lowbrow, men det mest intressanta i detta sammanhang är hur just det som gör den svenska filmen sevärd – det som vi kallat dess egen ton – samtidigt är det som gör den omöjlig att sälja i USA. Florin skriver:

Det tycks alltså samtidigt som om den svenska filmen endast framstod som intressant ur amerikanskt perspektiv så länge den var annorlunda. När den svenska nationella stilen utbyttes mot en mer internationell stil avmattades strax intresset. Att konkurrera med Amerika på deras villkor visade sig svårare än man förutsett.<sup>28</sup>

De "svenska" drag som var intressanta för en inre krets av amerikanska filmintresserade slipades alltså bort i syfte att vinna en större amerikansk publik för svensk film, med risk för att den blev ointressant för båda grupperna. Samma år som den svenska filmen möter ovan refererade positiva omdömen i USA, markerar början till slutet för den svenska filmens guldålder. Sjöström hade dock några relativt framgångsrika år framför sig i den amerikanska filmindustrin. Hans Hollywoodproduktion har måhända större hemortsrätt i den amerikanska filmhistorien än den svenska, men är ett tankeväckande exempel på hur ett större konstnärligt produktionsfält assimilerar ett mindre och harmonierar dess uttryck efter den egna marknadens krav. Flera utländska regissörer har sedan mellankrigstiden lockats till Hollywood för att inympa den amerikanska filmen med nya filmiska grepp och innovationskraft, men de förväntas underordna sig den amerikanska marknadens funktionssätt och preferenser.

Den amerikanska dominansen tillsammans med den internationella distributionen medförde en homogenisering av filmens bildspråk och narrativa strukturer, såväl på hemmaplan som i Europa. Enligt Hans Pensel ville den amerikanska publiken inte se utländska filmer, filmade i främmande miljöer.<sup>29</sup> *Svenska Dagbladets* filmkritiker, Märta Lindqvist, noterar under sin resa i Amerika 1924 att allt "där intellektuella hänsyn kunde spela in", kallades highbrow. Det kunde ibland användas positivt; Victor Sjöström var dedicerat highbrow, men även Charlie Chaplins *En kvinna i Paris*. "[V]åra bästa svenska filmer äro också 'highbrow', och 'highbrow' har just ingen god klang i den amerikanska filmvärlden för närvarande, ty det betecknar raka motsatsen till 'box-office success'."<sup>30</sup>

Det är just vid denna tid som den amerikanska publikens förväntningar på film formas. En lång rad utländska regissörer lockades visserligen över till Hollywood, men efter en inledande positiv respons blev deras arbeten nästan undantagslöst kritiserade för att vara alltför konstnärliga, annorlunda, individualistiska och förbryllande, skriver Petrie.<sup>31</sup> De som lyckades var de som anpassade sig till amerikansk mainstream-smak, till den amerikanska medelvägen, och avstod från det som uppfattades som utländskt och konstigt. Snabbt utvecklades en koncensus i filmvärlden om vad som är "amerikanskt" och fungerar i USA, där "utländskt" blev liktydigt med avvikande och smalt. En dikotomi utvecklades mellan amerikanskt och utländskt, som även påverkade den europeiska självbilden. Hollywood ansågs besitta överlägset



tekniskt och produktionsorganisatoriskt kunnande, medan europeisk film hade hög konstnärlig halt och psykologiskt djup. Amerikansk film ansågs vara riktad mot de stora massorna, europeisk mot ett mindre skikt av intellektuella i storstäderna.

Det slags receptionsmonster som förknippar ett lands produkter med särskilda värden som vi diskuterade i inledningskapitlet av del 1 är tydliga också i filmens värld. Och liksom på andra områden upprättar dessa mönster spårberoenden som begränsar vad som är möjligt att göra. Svensk film förknippades redan i början av tjugotalet i USA med seriositet och svårmod. Petrie observerar hur Sjöström kritiserades för att ha avvikit från denna stereotyp genom att ge *Körkarlen* ett lyckligt slut: "optimism of any kind is obviously inappropriate where a Swedish film is concerned".<sup>32</sup>

### "Svenskar" på den vita duken

Svenska regissörer och skådespelare i USA är ett omfattande och till stora delar obeforskat fält som lämnas utanför denna studie, av samma skäl som jag inte annat än undantagsvis tagit med svenska emigrantkonstnärer och arkitekter. De blir intressanta endast i de fall när de på ett påtagligt sätt förknippats med Sverige eller svenskhet. Därför överlämnar jag med varm hand åt andra att forska vidare om exempelvis en pionjär som regissören Arvid E. Gillstrom (1889–1935), som gjorde fler än hundra Hollywoodfilmer.<sup>33</sup> Regissörerna är ofta mer anonyma för publiken än skådespelarna, som tidigt kom att omfattas av en stjärndyrkan där deras biografi och roller kopplades samman.

Bland svenska skådespelare var Garbo tveklöst den största, men inte den första. Vid tiden för Garbos ankomst fanns andra framgångsrika svenska skådespelare i Amerika. Mest berömd var nog Anna Q(uirentia) Nilsson (1888–1974) som 1926 utsågs till Hollywoods populäraste kvinna och medverkade i fler än 200 stumfilmer.<sup>34</sup> 14 år gammal reste hon med utvandrare släktingar till USA, där hon trots löfte till sina föräldrar om att återvända blev kvar. Hon arbetade en tid som hembiträde, innan hon blev uppmärksammas av porträttmålaren Carroll Beckwith. Det blev inledningen till en karriär som konst-, reklam- och modemodell, och hon blev känd som en av Penrhyn Stanlaws modeller.<sup>35</sup> Genom en reklamfotograf som övergått till att bli filmare kom Anna Q. Nilsson in i filmvärlden. Hon gjorde omgående succé som revolutionshjälten *Molly Pitcher* (1911).<sup>36</sup> Ibland spelade hon utländska personer, men en-

dast i någon enstaka film roller med skandinavisk anknytning. Enligt *Vanity Fair* var hon den mest "amerikaniserade" i den svenska kolonin i Hollywood.<sup>37</sup>

Under tjugotalet uppträdde hon som androgyn kvinna i manskläder i ett par filmer – mest uppmärksammad kanske *Ponjola* 1923 – innan hon 1928 råkade ut för en hästolycka med bestående handikapp som följd. Hon gjorde därefter bara ett fåtal filmer.

Före Anna Q. Nilsson hade Linda Arvidsson (Griffith) gjort debut i Hollywood (1907). Warner Oland påbörjade sin framgångsrika Hollywoodkarriär 1912 och Henry Bergman 1914. De tidiga svenska insatserna, och svenskarnas låga status i USA, sammanfattas i ett citat från en av grundarna av filmbolaget Kalem Co, Frank Marion: "The moving picture entertainment is the coming thing. Every person with the slightest bit of vision is joining our forces. We already have people from every walk of life in this new industry. People of all nations. *Even Swedes*."<sup>38</sup>

Som en följd av framgångarna för svensk film kom en lång rad svenska skådespelare till Hollywood under tio- och tjugotalet: Nils Asther, Sven-Hugo Borg, Lars Hanson, Einar Hanson, Nils Hanson, Sigrid Holmquist, Jane Novak, Knut Rahm och många fler. Dessa har under senare år följts av bland andra Signe Hasso, Gunnar Hellström,<sup>39</sup> Alf Kjellin, Viveka Lindfors, Dolph Lundgren, Lena Ohlin, Izabella Scorupco,<sup>40</sup> Peter Stormare och Bo Svenson.<sup>41</sup> De flesta svenskar som arbetat i Hollywood har emellertid inte i någon större utsträckning associerats med "svenskheter" och lämnas därför utanför här.

Ett paradoxalt men tankeväckande fall är Johan Verner Ölund från Umeå (1879–1938), mer känd som "Charlie Chan", den kinesiske deckaren vid Honolulu-polisen (efter Earl Derr Biggers böcker). Hans kinesiska karaktär blev oerhört uppskattad, även i Kina och Japan. Hans framgångar som kines, först i en lång rad stumfilmer och sedan som Charlie Chan, pekar på det konstruerade i de stereotypa bilder som ligger till grund för vår uppfattning om nationalkaraktärer, inte minst när det kommer till anletsdrag och frisyr. Genom att borsta upp ögonbrynen och böja ner mustaschen blev Warner Oland, som han kallades i USA, "kines", och bidrog till filmpublikens uppfattningar och föreställningar kring Kina och kineser. Under tjugotalet spelade han ofta asiatiska skurkar – men även judisk kantor i *The Jazz Singer* (1927) – innan han på trettioalet blev den mycket mer verserade och civiliserade Charlie Chan (som antagligen var avsedd att utgöra en motvikt mot den negativa bild av kineser som dominerade i USA under mellankrigstiden).

Det konstruerade hos Charlie Chan lyftes regelmässigt fram i pressen. Precis som Greta Garbo och senare Ingrid Bergman beskrevs Oland inte behöva något smink för att gestalta sina roller. I verkligheten använde han smink, om än i begränsad omfattning.<sup>42</sup> På ett mycket komplext sett sammanflätas hos Oland det naturliga hos honom som nordbo med det artificiella hos honom som kines.<sup>43</sup> Publiken häpnade över hur en svensk – en nation som konnoterade rasmässig vithet – utan att bära make-up kunde övertyga som kines. För att förklara maskeradtricket tillgreps den rasbiologiska förklaringen att Olands far hade ryskt påbrå – och från Ryssland var som bekant steget inte långt till Mongoliet.<sup>44</sup>

Även Nils Ashter, som kom till Hollywood 1926, övertygade med sitt mörka hår och mörka ögon som asiat i flera filmer (bl.a. mot Greta Garbo som javanesisk prins i *Wild Orchids* 1928 och som grym kinesisk krigsherre i *The Bitter Tea of General Yen* 1933). Han spelade också flera biroller där personen hade arabiskt, sydeuropeiskt eller slaviskt ursprung, men aldrig i en enda film har han spelat svensk.

Efter ljudfilmens genombrott har främmande etnicitet blivit ett sätt att legitimera de svenska skådespelarnas utländska brytning. Vi ska strax återkomma till hur Garbo fick gestalta diverse europeiska nationaliteter. Också Lena Ohlin har gjort ett antal centraleuropeiska rollfigurer (tjeckiskan Sabina i *Varats olidliga lätthet*, fransyskan Josephine Muscat i *Chocolat*, polskan Jadzia i *Polish Wedding*, italienskan Andrea i *Casanova*, etc.). Peter Stormare har spelat flera excentriska karaktärer (Gaeer Grimsrud i *Fargo*, ryssen Lev Andropov i *Armageddon*, m.fl.). Till de mer exotiska insatserna hör Pernilla August som Shmi Skywalker i *Stjärnornas krig*. Till och med den reslige, blonde och blåögde Max von Sydow blev sminkad som den Gingham Kahn-like härskaren över planet Mongo i *Flash Gordon* (Mike Hodges, 1980).

## Garbo, den mystiska främlingen

Den 6 juli 1925 anlände Greta Garbo (Gustafsson; 1905–90) till Amerika med atlantkryssaren *Drottningholm*. ”Om Sveriges rykte i Amerika lades till grund för en ny svensk tideräkning, skulle vi lämpligen kunna indela tiden i två stora perioder, nämligen ’före Garbo’ och ’efter Garbo’”, hette det halvt på allvar, halvt på skämt, på nyhetsbyrån American-Swedish News Exchange i New York. ”[I]ngen svensk torde ha blivit föremål för en lika intensiv och omfattande publicitet som Greta Garbo”, skriver

Allan Kastrup, länge verksam vid byrån, ”och ingen vida känd utlandsvensk torde i lika hög grad ha identifierats med Sverige. Som god tvåa i båda dessa avseenden kommer troligen Ingrid Bergman”.<sup>45</sup>

Det finns inget skäl att ifrågasätta Kastrups åsikt. Som verksam vid ASNE under lång tid har han en sällsynt god kännedom om den amerikanska receptionen. Men det kan finnas skäl att närmare undersöka det amerikanska mottagandet av Greta Garbo och Ingrid Bergman. Vad var det egentligen för bild av Sverige som tonade fram genom deras närvaro på biodeuken och i tidningsstånden?

Garbo kan på goda grunder betraktas som en amerikansk skapelse – det var i USA som den gåtfulla filmstjärnan föddes. Kanske hade ingen annan tid än just tjugotalets Hollywood kunnat producera en stjärna så oåtkomlig och samtidigt så omskriven? Vi kan i detta sammanhang lämna frågan om vem som skapade Garbo därhän – Mauritz Stiller, Louis B. Mayer eller Greta Gustafsson själv? – för att istället fokusera på omvandlingsprocessen.

Som med nästan allt om Garbo är omständigheterna kring hur hon bjöds in till Hollywood omstridda. Klarlagt är att Louis B. Mayer såg Garbo i Mauritz Stillers *Gösta Berlings saga* i Paris när han reste i Europa 1923. Stiller och Garbo bjöds tillsammans över till Hollywood, men det finns olika åsikter om vem av dem Mayer främst var ute efter.<sup>46</sup> För Stiller blev Amerika aldrig någon framgångssaga, men Garbo gjorde succé redan med sina första amerikanska filmer *The Torrent* (1926, som Stiller avpolletterades som regissör för) och *The Temptress* (1926). Om sistnämnda skriver *Photoplay* uppskattande: ”...*The Temptress* is all Greta Garbo. Nothing else.”<sup>47</sup> Garbos omedelbara genombrott kan också illustreras av att hon var den skådespelare som fick flest fyrstjärniga recensioner i *Photoplay* mellan december 1926 och november 1927.<sup>48</sup>

Under de första två-tre åren i Amerika stöptes Greta Gustafsson om till den ikoniska Garbo som gått till historien. Det är som sagt svårt att värdera hur mycket av förändringen som ska tillskrivas Garbo själv, respektive filmindustrin och medierna. En första insats gjordes av fotografen Arnold Genthe och tidskriften *Vanity Fair* vid Garbos ankomst till New York. Garbo och Stiller fick vänta en längre tid där under sommaren 1925 innan de blev inbjudna att åka till Hollywood. Genthe lyfte i sina bilder fram en mycket sensuell och förförisk Garbo, med beröringspunkter i sekelskiftets femme fatal, som också låter antyda att hon kan bli en fara för de män som faller för henne. Detta var alls ingen originell iscensättning, utan följde ett väl etablerad mönster för hur

Hollywoods ledande kvinnliga stjärnor gestaltades (Gloria Swanson, Pola Negri, Alla Nazimova m.fl.).

I novembernumret av *Vanity Fair* 1925 porträtteras Garbo på en helsida, en face med dimmiga, halvslutna ögon och halvöppen mun. I en kort presentation under rubriken "A New Star From The North – Greta Garbo" sägs hon vara det senaste tillskottet till den svenska filmkolonin i Hollywood, som redan inkluderar Victor Seastrom och Benjamin Christianson [sic]. Tidskriften berättar vidare att många europeiska filmbolag konkurrerade om henne, men att det var Metro-Goldwyn som lyckades kontraktera henne för en serie filmer.<sup>49</sup> Ett knappt år senare publicerade tidskriften ytterligare ett foto av Garbo, signerat Genthe. Hon avbildas denna gång i vänsterprofil, med bakåtlutat huvud och sin sträckta hals blottad. Endast ansiktet, halsen och en del av bröstkorgen är synligt, och inramas av mörka kläder. Intrycket är bakåtsjunkande, som ett djur som blottar sin hals.<sup>50</sup> Det är ett av Genthes mest kända fotografier och det skulle, tillsammans med flera andra från samma session, reproduceras flitigt under de närmsta åren.

Michaela Krützen har i en uppmärksam studie pekat på hur MGM stod inför flera val med Garbo 1925. På MGM:s PR-avdelning finns foton från 1925–26 där hon iscensätts som atletisk och sportig. Hon visar upp sig i träningskläder, simmar och rider.<sup>51</sup> I dessa bilder framställs alltså Garbo som den moderna "American Girl" som vid denna tid var vanlig i populärkulturen. Hon hade goda förutsättningar för att spela också denna roll. Hon var ovanligt lång och hade en atletisk kropp. Men MGM:s val kom att bli ett annat och det är först i hennes allra sista tal-film som hon åter visas som sportig skidåkerska och simmerska.

Under Garbos klassiska karriär var det istället som självfull skönhet hon visades fram. Till stor del skedde detta med hjälp av make-up och filmiska medel såsom frontal ljussättning utan skuggbildningar, långa, närmast orörliga filmsekvenser och poser där hennes hals sträcks som på Genthes berömda bild i *Vanity Fair* 1926. Men mycket tyder på att Garbo även genomgick mer grundliga omstöpningar. Hon bantade(s), håret blektes, tänderna jämnades till och näsan gjordes smalare.

Sminkningen, med ett tjockt lager vitt puder, dolde inte bara ojämnheter och märken i huden. Eftersom ingen rouge användes fick hennes ansikte ett närmast livlöst uttryck, som liknar perfektionen hos en antik staty. Det är det perfekta ansiktet hos en oberörbar kvinna, enligt Krützen,<sup>52</sup> eller med Lundes ord "a flawless mask of Nordic whiteness and blankness".<sup>53</sup> "Vithet och tomhet" hänvisar till den diskussion om

den nordiska rasens vithet som vi tidigare fört. För att vita filmstjärnor, i synnerhet kvinnliga, skulle se vita ut pudrades de med vitt pulver, eftersom den dåvarande tekniken annars fick deras rödlätta (skära) hud att se mörk ut på film.<sup>54</sup> Likaså sminkades deras näsor för att se smalare ut, om de inte utsattes för kirurgiska ingrepp, och håret blonderades för att uppfylla det vita skönhetsidealet.<sup>55</sup>

Vit var samtidigt normen, en generell hudfärg, som ett vitt papper att fylla med innehåll. Det är påtagligt hur Garbos ansikte framstår som en tom skrivvyta, ofta inramad av hennes mörka kläder, för publiken att fylla med känslor och betydelser. Även den gudomliga skönheten är av abstrakt natur, en fläckfri yta, som på filmen strålar av inre ljus (tekniskt sett naturligtvis reflekterat, men upplevt som emanerande *ur* duken).

Uttrycket av oberörbarhet hos Garbo förstärktes ytterligare genom att hon ofta försågs med strikta frisyrer och mörka, torra läppar. Inget ostyrigt hår eller nedfallande hårlockar skulle störa hennes perfekta ansikte. Med undantag från rollen som ungerska Zara i *As You Desire Me*, och några enstaka promotionbilder, framstår hon inte heller som särskilt blond.<sup>56</sup> (Blondhet krävde inte enbart vätesuproxid, utan även särskild ljussättning med bakljus och ovanljus, för att den skulle framträda på film.)<sup>57</sup> Också kläderna är strikta, som uniformer, och döljer Garbos kropp. Axlar, hals och ben visas sällan.<sup>58</sup> Med breda axlar och ett "hårt" uttryck, får de Garbo att framstå som mer maskulin.<sup>59</sup> Sammantaget produceras bilden av en abstrakt, okroppslig, icke-sensuell skönhet.

Doris Markham på *Motion Pictures* lyckades få växla några ord med Greta Garbo i samband med inspelningen av *Flesh and the Devil* 1926. Garbo ursäktade sin bristfälliga engelska, men uttryckte sin uppskattning av USA. Hennes enda klagomål var att hon alltid fick spela "dåliga kvinnor". Närvarande var också hennes motspelare John Gilbert, och *Motion Picture* var övertygad om att de var förälskade i varandra. Ett märkligt replikskifte uppstod som återgavs i tryck:

It was between the scenes later in the afternoon that Greta's "distinctive foreignness" was mentioned. "Don't let them Americanize you," we pleaded.

"And why not?" demanded Gilbert. "Why shouldn't she learn our ways? The world doesn't go to see her because she is Swedish - because she has a fascinating accent. They can't hear her talk. They want to see her because she is an actress, nationality has nothing to do with it."<sup>60</sup>

Det tycks som att Gilbert inte helt förstod vad Markham avsåg med uppmaningen att inte låta henne amerikaniseras. För honom tycks det

mest ha med språkkunskaper att göra. I Hollywood fanns skådespelare från en lång rad länder och det spelade ingen roll vilket språk de uttryckte sig på i filmerna, så länge som deras visuella utspel övertygade. Men det innebär inte att nationalitet var betydelselöst. Såväl på bioduken som i populärpressen odlades föreställningar kring olika nationaliteter: konstruerade och performativa, likväl som "äkta" (COO). Garbos nationalitet skulle, i motsats till vad Gilbert ansåg, komma att spela stor roll för hur hon betraktades i USA.

Carl-Eric Nordberg har förlagt skapelsen av myten Garbo till nio månader efter Greta Gustafssons ankomst till Hollywood. Hon intervjuades då av den amerikanska journalisten Rilla Page Palmborg. Palmborg var gift med en svensk som ställde upp som översättare under intervjun, men Garbo visade sig redan ha lärt sig en hel del engelska.<sup>61</sup> Det var av allt att döma ingen lätt intervju att genomföra. Garbo var förtegen om sig själv och gav rätt ointressanta svar på frågorna. Men, konstaterar Nordberg,

...som den durkdrivna reporter Palmborg av allt att döma måste ha varit gick hon också i land med konststycket att omsätta de intetsägande fraserna till ett mångtydigt chifferspråk. Den unga aktrisen insveptes i pytiska ångor ur vilka helt oförmodat en ny och gåtfull varelse steg fram. "Den mystiska främlingen" (som Palmborg rubricerade sin artikel) var född.<sup>62</sup>

"Greta Garbo will fascinate people", skriver Palmborg, "but I wager she will always remain more or less a mystery."<sup>63</sup> Om det var de bristande språkkunskaperna som gjorde att Garbo inte gav mer fullödiga svar vet vi inte. Men det måste tillskrivas den amerikanska filmindustrins dådkraft att kunna omsätta hennes offentliga fåordighet till en av filmens mest livskraftiga mytbildningar. Planerna på att iscensätta Garbo som sportig och atletisk övergavs till förmån för den gudomliga och oberörbara nordiska skönheten.

1928 regisserade Victor Sjöström Garbo i en film baserad på Glad Ungers pjäs *Starlight* (1925). Titel, manus och namnen på rollgestalterna ändrades emellertid för att passa Garbos image; filmen döptes till *The Divine Woman* där Garbo spelar "Marianne". Mordaunt Hall anmärkte i *New York Times* att det uppenbarligen var viktigare att titeln stämde in på Garbo än på filmens innehåll.<sup>64</sup> I tidningsannonser avbildas Garbo, sensuellt liggande på en schäslong, tillsammans med texten "Greta Garbo, the Woman of the Hour, surpasses her work in 'Flesh and the Devil' and 'Love' in The Divine Woman".<sup>65</sup>



*Blond och blåögd.  
Garbo på omslaget  
till True Story 1933.*

Slagkraften hos den ikoniska Garbobilden härstammar inte minst från dess unicitet. I populärkulturen konsumeras filmstjärnor ofta snabbt: många av dem är tämligen lätt utbytbara, eftersom de utnyttjar likartade stereotyper. Ännu sent under tjugotalet kan man se hur de amerikanska filmtidningarna försöker inordna Garbo i samma mönster som andra Hollywoodstjärnor, med resultatet att hon framstår som mindre distanserad och kanske också som mer vanlig. Men detta skedde med stora svårigheter eftersom hon endast med få undantag lät sig fotograferas eller intervjuas, och tidningarna därför var hänvisade



till filmbolagens promotionbilder. En intressant jämförelse utgörs av de tecknade och målade omslagsbilderna till tidningar som *Photoplay*, *Silver Screen*, *Movie Mirror* och *MovieLand*. Även om många tycks bygga på fotografiska förlagor och visa Garbo i välkända poser, exempelvis med bakåtlutat huvud, skildrar lejonparten henne frontalt. På de allra flesta omslagen är Garbo blond och blåögd, drag som inte går att utläsa ur den svartvita bildproduktionen. I merparten av filmerna framstår hårfärgen som mörkare. På tidningsomslagen tycks hon genomgående bära rött läppstick och ha rouge på kinderna. Beträktaren får också en bild av färgerna på kläderna som bidrar till att de förankras fastare i tiden. Det förefaller som om det svartvita fotografiet var ett mer lämpligt uttrycksmedel för Garbos tidlösa skönhet, än filmtidskrifternas färggranna omslag, även om båda genrerna arbetar med försköning och tillrättaläggning.

En av tidens mest anlitade illustratörer var Charles Sheldon (1889–1961) som arbetade för tidskrifter som *Collier's Magazine*, *The Saturday Evening Post* och *Photoplay*. För *Photoplay* tecknar han omslag efter omslag med i stort sett samma stereotyp, men med skilda namn. Hans Garboporträtt på majnumret 1928 avviker inte mycket från hans övriga produktion, men desto mer från MGM:s samtida Garbobilder. Hos Sheldon är den svenska stjärnan rosenkindad, blond och blåögd. Hon har anpassats till en etablerad norm för filmstjärneskönhet.<sup>66</sup> Munnen har gjorts lite smalare och försetts med knallrött läppstift medan näsan blivit lite rundare. Endast gestaltningen av hennes ögon bryter av mot sötman, och tycks visa den påstådda sfinxen i henne.

En likartad Garbo återfinns på omslaget till *True Story* oktober 1933. Det är säkerligen baserat på MGM:s pressbilder, men uttrycket har förändrats från tidlös skönhet till den söta grannflickan i huset bredvid. Medan tidningsomslagen konsekvent visar Garbo som blond och blåögd, är hon allt som oftast mörkhårig på MGM:s reklamaffischer (se exempelvis *The Mysterious Lady*, *Camille* och *Ninotchka*). Marland Stones omslag till decembernumret av *Motion Picture* visar en förförisk Garbo. Liksom hos Sheldon har hon blont hår, blå ögon och knallröd mun. Men för ovanlighetens skull visas inte hennes hals. Tvärtom lutar hon huvudet framåt och har hakan tryckt mot axeln.

Betydelsen av filmtidningarnas färggranna omslagsbilder ska inte underskattas. De såldes i stora upplagor, och många sparades säkert under lång tid. Att en annan Garbo än den som MGM kontrollerade förekommer på hundratals tidningsomslag under tjug- och trettiota-

len, måste rimligen ha påverkat hennes image hos den breda allmänheten, inte minst hos tonåringar.

Även andra slags Garbobilder, som inte kunde kontrolleras av filmindustrin, spreds genom pressen, exempelvis den som pryder omslaget på februariumret av *Vanity Fair* 1932. Det är utfört av den mexikanske konstnären José Miguel Covarrubias (1904–57). Den knallröda munnen, de blå ögonen och det blonda håret ansluter till ovan diskuterade stereotypa gestaltning av henne, medan de geometriskt kantiga art deco-formerna förlänar henne en vasshet som helt saknas på filmtidningarnas omslag. De svarta kläderna och den långa, rörlignande halsen tycks å sin sida vara stiliseringar utifrån MGM:s promotionbilder och filmaffischer. Därtill har Garbo fått en avvisande, sur mun. Det finns i Covarrubias karikatyr, till skillnad från på många andra omslagsbilder, inget försök att få Garbo att framstå som mjuk.

Klaus-Jürgen Sembach har påpekat att det inte är lätt att idag förstå mellankrigstidens Garboreception. Trots att den inte är så avlägsen i tid, har vi problem att se Garbo med hennes samtids ögon. Vi har svårigheter med att uppfatta den starka erotiska laddning som dåtidens betraktare noterade.<sup>67</sup> Och vi – kanske i synnerhet vi svenskar – har också svårt att se Garbo som exotisk. Men exotismen och erotiken är starkt förbundna med hur hon agerade på duken, vilket måste förstås i relation till då rådande konventioner och spelstil. I synnerhet har gränserna för vad som uppfattas vara teatralt snabbt förskjutits i 1900-talets filmkonst.

Det har ofta upprepats att det var först framför kameran som Garbo började gnistra. "No still photograph registers the quality that proved Greta Garbo a star in her first American film", skriver *Photoplay* 1926. "It's when Greta flashes into action, amused little smile on her lips and keen intelligence lighting her eyes, that you behold her exotic charm."<sup>68</sup> "Exotisk" hänger i Garbos fall samman med hennes mystik. 1930 beskriver *Photoplay*, i en artikel om de största skönhetera i Hollywood, Garbo som en exotisk, svensk sirén: "It isn't Garbo's architectural qualities that knock millions of us out of our seats these days – it's those vague qualities from behind the eyes that make her so enormously fascinating."<sup>69</sup>

Med tiden är det emellertid ett annat karaktärsdrag än exotism och erotik som hamnat i förgrunden: melankolin. Detta är ett drag som blev starkare i Garbos rollgestaltningar under trettioalet, men som också projiceras retroaktivt på en tidigare Garbo. Just förändringen över tid

glöms ofta bort i diskussioner om ikoniska personer. Det kan också vara svårt att idag uppfatta till fullo hur omskakande upplevelsen av den lidelsefulla Felicitas i *Flesh and the Devil* (1926) var. Det rapporteras att när filmen först visades fnittrade publiken under de många intima scenerna mellan Garbo och Gilbert, och en del högljudda lustigheter kunde höras i biosalongerna.<sup>70</sup>

Den nyfikenhet på hennes person som ytterligare stimulerades av att hon vägrade ge intervjuer ledde med tiden till att en närmast schizofren persona gestaltades i magasin som *Photoplay*, *Screenland*, *Picture Play* med flera.<sup>71</sup> Å ena sidan beskrivs hon som typiskt svensk: tystlåten och obekvämt i större sällskap. Å andra sidan som skämtsamt och uppsluppen i sitt privata liv. Men eftersom informationen om hennes privatliv var ytterst knapphändig upplevdes sannolikt den gåtfulla Garbo på bioduken ändå som mer verklig än den undflyende, isolerade svenska skådespelarska som bodde någonstans i Los Angeles.

I reklamen iscensattes Garbo som "den mystiska främlingen" och som "filmvärldens gåtfulla sfinx".<sup>72</sup> Med tiden tog också den tystlåtna, undvikande Garbo över, i synnerhet efter att hon lämnat Hollywood. Varje gång, skriver Richard Dyer, som någon härmar hennes europeiska dialekt och säger "I want to be alone", reproduceras, förstärks och moduleras Garbos image.<sup>73</sup>

Visserligen användes ibland nationalitetsbestämningar som "the Swedish Sphinx"<sup>74</sup> och "The Divine Swedish", men Garbos etnicitet var mestadels av en vag natur. Det avgörande var vad hon inte var: hon var ingen "American girl". Avlägsenheten hos den plats hon kom från ökade mystiken, gåtfullheten och det oåtkomliga hos henne. Garbo skrevs in i ett tolkningsmönster av främmande varelse, en tystlåten, mystisk varelse från nordliga trakter.

Det mystiska, undanglidande och androgyna hos Garbo – som ytterligare kom att förstärkas efter talfilmens genombrott – bidrog till att hon snabbt blev en ikon inom gaykulturen.<sup>75</sup> Det finns ett släktskap mellan obestämbart, eller undanglidande, genus och etnicitet. Därtill finns ett slags blankhet hos Garbo, som gav stort utrymme för publiken att projicera sina drömmar och önskningar på henne. Robin Hood (Bengt Idestam-Almquist) berättar i ett kåseri 1927 hur han i Milano hittat en liten monografi om Garbo, som berättade att hon var argentinska, med spansk mor och argentinsk far. Biografen visade sig till stora delar lånad ur filmen *The Torrent* 1926. Robin Hood konstaterar att "Garbo är förlorad för oss. Hon har uppgått i en högre enhet, bli-

vit ett kugghjul i 'världskulturen'. Hon är 'argentinska', 'amerikanska', världsmedborgarinna. Hon tillhör alla folk, och varje land gör något annat av henne."<sup>76</sup>

Blankheten är en förutsättning för den tidlösa skönheten, och förstärktes av Garbos okroppsliga framtoning (fokus på framförallt ansiktet, men även i någon mån på händerna). Hennes bleka, ofta nästan orörliga ansikte blev en neutral projiceringsyta även för etnicitet.<sup>77</sup>

Mytens livskraft är "den lockelse som det okända alltid måste utöva", "sfinxens uråldriga magi", skriver Nordberg.<sup>78</sup> Den finner sin näring hos oss som uppbär den, hos vår vilja att tillskriva människan bakom rollkaraktären dess egenskaper.

Vi lockas inte bara att förväxla roll och aktör utan också att låta scenfigurens och privatpersonens identiteter glida över i varandra. Den frestelsen blir i Garbos fall speciellt svår att motstå eftersom hon ju aldrig fick tillfälle att som karaktärsskådespelare kameleontiskt förvandla sitt jag. Tvärtom kan det sägas att hon redan i sina filmer trätt ut ur fiktionen: en unik personlighet vars trolskt välbekanta egenskaper publiken bara som en självklar konsekvens vill få verifierade utanför biosalongen.<sup>79</sup>

Publiken fick aldrig chansen att möta kvinnan bakom rollen. Garbo var framgångsrikt undanglidande. Oåtkomligheten blev en nödvändig del av hennes persona, och den publik som så enträget sökte information om henne i tidningar och biografier, hade säkert blivit gruvligt besvikna om den hittat fram. "Den mänsklighet som under tre decennier ständigt gäckats i sina försök att utspionera Garbos hemlighet har naturligtvis bara varit utsatt för ett komiskt självbedrägeri. I själva verket är det ju först om hon mot förmodan skulle ha trätt fram ur sin gåtfulla isolering som besvikelsen hade inställt sig", skriver Nordberg.<sup>80</sup>

Genom *Vanity Fair* 1925 och Palmborgs Hollywoodintervju 1926 skapades Garbo, en gudinnalik varelse höjd över vardagslivets trivialiteter. Gåtan Garbo, som så många artiklar, böcker och filmer försökt lösa, står inte att finna. Bakom, under eller innanför Garbo finns ingenting. Ur ett psykologiskt perspektiv är det också fullt möjligt att Greta snabbt kom att uppgå i Garbo, och identifiera sig själv med myten.

Som så mycket kring Garbo är också frågan om hur hon fick sitt artistnamn omstridd. Stiller sade att han sett namnet i en dröm. Våldokumenterat är emellertid att Hollywood slopade hennes förnamn: från 1927 var hon enligt direktiv från MGM blott och bart "Garbo".<sup>81</sup> Lika avskalad var hennes officiella biografi. Den beskriver hennes hemland

som ett vidsträckt, glest befolkat Sverige – men undviker att nämna att hon kom från det urbana Stockholm. Att hennes far dog när hon var ung ingår i den biografiska bilden, men inte att hon hade två syskon.<sup>82</sup> Allt som kunde förankra henne i ett profant här och nu undertrycktes.

De amerikanska filmtidskrifterna hade uppenbara problem med att hantera hennes namn. Som brukligt var i en strategi att få läsarna att identifiera sig med stjärnorna användes inledningsvis ofta hennes förnamn "Greta", trots att MGM:s marknadsföring enkom talade om "Garbo". Men utan direktcitrat, och utan annat fotomaterial än filmindustrins promotionbilder, var det omöjligt att ingjuta intimitet i texterna. Användningen av "Greta" var en falsk förtrolighet som med tiden försvann ur spalterna. De roller Garbo gjorde i Hollywood gav inte heller några specifika nationella associationer, även om hon efter ljudfilmens genombrott oftast fick spela européer där hennes brytning föll sig naturlig. Inte ens en film som *Queen Christina* (1933), om den svenska drottningen, blev sannolikt uppfattad som annat än ett historiskt kostymdrama. Handlingen hade också mycket lite med den svenska drottningen Kristina att göra.<sup>83</sup> Däremot kan Garbo möjligen ha identifierat sig med Kristinas svåra val: behålla kronan och leva ett liv i själslig fångenskap, eller abdikera och svika sitt land.<sup>84</sup>

Att Werner Oland kunde befästa fördomar om hur kineser är bygger på att han använde sig av schabloner och stereotyper. Garbo gav aldrig upphov till några lika starka uppfattningar om svenskhet, även om generella stereotyper om nordisk skönhet, tystlåten oåtkomlighet och ljushet, fann näring i hennes persona. Då och då anfördes nationella stereotyper som att hon i själ och hjärta var en bondflicka, men de fastnade aldrig. I samband med ryktet om ett förestående giftermål med John Gilbert 1927 sades att hon vid bröllopet skulle vara iklädd svensk folkdräkt.<sup>85</sup> Kan man tänka sig något mer otänkbart? Som Garbo, den gudomliga, stod hon ovanför det nationella. Garbo tillhörde den internationella Olympien, inte svenska Skansen.

## Garbo talar!

Talfilmsrevolutionen 1927–31 förändrade i grunden förutsättningen för skådespelarna i Hollywood. Många fick se sina karriärer spolierade eftersom de inte kunde anpassa sitt skådespeleri till talfilmens förutsättningar, med mindre teatrala gester och miner, eller för att deras

röster inte levde upp till vad publiken förväntade sig att få höra. För de utländska aktörerna tillkom problemet hur deras accent kom att uppfattas. De blev plötsligt "synliggjorda" som främmande, exotiska eller till och med löjeväckande.

Under stumfilmseran kunde de svenska skådespelarna i Hollywood projiceras på duken, utan att de med sina röster signalerade något främmande eller utländskt. Vad gjorde det att Lars Hanson läste sina repliker på svenska, så länge slutresultatet såg övertygande ut? Med undantag för några inledande försök med dubbade röster var detta inte möjligt efter talfilmens genombrott. Bristande engelska och främmande accenter måste nu tas med i beräkningen.

De långa, tysta sekvenserna av Garbos allvarliga ansikte förstärkte imagen av henne som undvikande och skygg. Dessutom samspelade de väl med föreställningen om svenskar som ett tystlåtet folkslag. Svenskarna var lika tysta och kalla som det sparsamt befolkade land de kom ifrån. *Photoplay* beskriver exempelvis Lars Hanson som en av de starka, tysta nordborna med blått hår och isblå ögon, "a shy man who will lapse into glacier-like silence rather than talk of his success, his personal affairs".<sup>86</sup>

Ser man till de roller som Garbo, Lars Hanson, Anna Q. Nilsson, Nils Ashter m.fl. gjorde under stumfilmen är det dock uppenbart att de långtifrån var begränsade till "nordiska" gestalter. Tvärtom, i en överväldigande majoritet av fallen spelar också de icke-skandinaver. Lars Hansson spelar exempelvis engelsk pastor i *The Scarlet Letter* (1926) och cowboy från Texas i *The Wind* (1928), vilket uppenbarligen är roller som han hade haft svårt att gestalta i talfilmer. Warner Oland och Greta Garbo tillhör undantagen i att framgångsrikt klara övergången till talfilm. Oland kunde fortsätta som asiat, i en sällsynt framgångsrik karriär som Charlie Chan, som därtill talade en välfraserad engelska med närmast brittisk teateraccent.<sup>87</sup> De svaga spåren av sjungande skandinaviska tolkades uppenbarligen som kinesisk accent av publiken. Garbo fortsatte spela en mångfald olika europeiska roller, där hennes svaga accent bidrog till mystiken.

I sin allra första talroll, en nyinspelning av *Anna Christie* 1930, spelade emellertid Garbo en sliten, prostituerad svensk-amerikanska från St Paul, Minnesota. Valet av roll var tänkt att kunna motivera hennes svenska brytning. Filmen, som baserades på Eugenie O'Neills pjäs, lanserades med en intensiv reklamkampanj från MGM på temat "Garbo Talks!". Men hur skulle hon låta? "The whole world waits to hear the

Swedish enchantress for the first time”, skrev *Photoplay*.<sup>88</sup> Ja, hur lät hon? Frågan är inte alldeles lätt att besvara ur ett receptionsmissigt perspektiv, eftersom den måste tolkas utifrån de lättflyktiga förväntningar som en publik som aldrig hört henne tala då hade.

I filmen ställs Garbo mot George F. Marion som talar med parodisk svensk brytning i rollen som Chris Christopherson (en roll han gjort även i 1923 års version, då mot Blanche Sweet), och Charles Bickford som en hetlevrad irländare i rollen som Matt Burke. I kontrast till dessa framstår Garbos accent som långt mer assimilerad. Att Marions ”svenska” brytning upplevdes som starkare än Garbos, och antagligen också mer ”svensk” än hennes, hänger samman med de stereotypa föreställningar om hur en svensk accent skulle låta som tidigare odlats inom teatern och varietén. Den som mest framgångsfullt spelade ”svensk” på film vid denna tid var, som tidigare nämnts, El Brendel, vars ”svengelska” är långt mer sjungande än Garbos. (Se *Svenskar, vita som snö*, i del 1.)

Ändå råder det ingen tvekan om att publiken förknippade Garbos accent med Sverige. I *A Star Is Born* (1937, William A. Wellman) får vi följa Vicki Lesters (Janet Gaynor) väg till att bli filmstjärna. Filmen är en meta-komedi om Hollywood. Inledningsvis möter vi Vicki som just varit på bio och hennes familj på en farm i norra USA. Vicki drömmer om Hollywood och hennes motvilliga mor säger att hon hört sin flicka ”talking to a horse with a Swedish accent”. Som en följd av talfilmens genombrott knöts alltså Garbo åter starkare till sitt svenska ursprung.

Garbos mörka röst överraskade onekligen biopubliken att döma av samtida källor.<sup>89</sup> Den uppfattades som androgyn eftersom den bröt mot förväntningarna på hur en kvinna skulle låta.<sup>90</sup> Tillsammans med en accent långt ifrån teaterscenernas skandinaviska brytning, och hennes lite dröjande frasering, blev den omöjlig att uppfatta i enlighet med de traditionella skandinaviska stereotyperna. Det är därför föga förvånande att MGM i fortsättningen undvek att låta henne spela svenskor, och istället gav henne roller som ryska, polska, italienska, fransyska, ungerska och österrikiska. De två skandinaver hon spelade i ljudfilm var båda komplexa naturer, där det inte fanns något behov av framträdande stereotypiseringar: *Queen Christina* (1933) och Kari Borg i *Two-Faced Woman* (1941).

Humoristiska blinkningar kopplar ändå samman Garbo med hennes hemland. I *Queen Christina* är det ett extremt vintrigt Sverige som möter oss, täckt under metertjock snö, vilket får det spanska sändebudet

Antonio (John Gilbert) att utbrista: "It's all a question of climate. You cannot serenade a woman in a snowstorm. All the graces in the art of love – elaborate approaches that will make the game amusing – can only be practiced in those countries that quiver in the heat of the sun." Kontrasten mellan kyla och hetta är ett tema som slås an redan i öppningsscenerna, mellan det vintriga snölandskapet och härbärgets varma inre, mellan drottningens svala officiella uppträdande och de senare heta kärleksscenerna.

Även om Garbo inte lät sig användas till skandinaviska stereotyper, kunde hon parodieras som svenska av amerikanska skådespelerskor. I *Let's Fall in Love* (1933) spelar Greta Meyer den garbolika karaktären Lisa Bjorkman, som mitt i ett filmprojekt åker hem till Sverige och surrar. I jakt på ersättare hittar filmbolaget en amerikanska, spelad av Jean Kendell, som "försvenskas" genom att inhysas hos ett svenskt immigrantpar. Under namnet "Sigrid Lund" lanseras hon som en ny svensk Hollywoodstjärna.

I en annan Garbo-inspirerad parodi spelar Carole Lombard, i *The Princess Comes Across* (1936, William K. Howard), en Brooklyn-flicka som förklädd till den svenska prinsessan Olga stiger ombord på en Atlantångare på väg till New York. Hon lurar sina medpassagerare genom sin "svenska" dialekt och sitt "aristokratiska" uppträdande som förefaller direkt baserat på Garbo. I dessa två filmer framställs alltså svenskheten som ett maskspel, etniciteten blir en performativ akt.<sup>91</sup>

Garbo hamnade i ett spårberoende som hon inte kunde bryta. Försök att bredda repertoaren möttes av ogillande från publiken. Efter misslyckandet med *Two-Faced Woman* lämnade Garbo filmen. Men det innebär inte att hon försvann från medierna. Den gåtfulla, oåtkomliga Garbo fortsatte att fascinera och för lång tid figurera i populärpressen. Hon gav aldrig intervjuer och gömde sitt åldrande ansikte bakom mörka solglasögon. En gudinna står över tiden.

## Sjöström, störst i världen

I april 1924 rubricerade *Motion Picture Classic* en artikel om Victor Sjöström "The Greatest Director in the World". Rubriken var ett citat från Charlie Chaplin, som givit uttryck för sin stora uppskattning av den svenske regissören.<sup>92</sup> Sjöström, i USA känd under namnet Seastrom, hör tveklöst till de mest uppmärksammade stumfilmsregissörerna, även om det i Sverige funnits en tendens att förstärka hans framgångar



i Hollywood. Men hur förhåller sig den amerikansk receptionen av Sjöström och hans filmer till hans svenska/utländska härkomst?

1920 hade *Terje Vigen* visats i New York,<sup>93</sup> men Victor Sjöströms (1879–1960) genombrott i USA kom 1922 när *Tösen från Stormyrtorpet* (1917) röstades fram av kritiker som bästa utländska film.<sup>94</sup> *The Pictoregoer* publicerade en längre intervju med honom genomförd i London och *The National Board of Review* hade senare samma år en presentation av svensk film som framför allt uppehöll sig vid Sjöström. Sistnämnda talar bland annat om den uppfinningsrika presentationen och det noggranna hantverket.<sup>95</sup> *The Stroke of Midnight* (den titel *Körkarlen* först visades under) rullade i tre veckor i New York försommaren 1922 i en omklippt version, dock uppfattad som dystert av den amerikanska publiken.<sup>96</sup> Men om Sjöström bara kunde arbeta med en berättelse ”neither bitter, nor tragic” spåddes han en lysande framtid i Hollywood av *New York Times*.<sup>97</sup> Året efter (1923) lånade Svensk Filmindustri (SF) ut Victor Sjöström till Hollywood. Magnussons tanke var att Sjöström skulle lära sig av den amerikanska filmindustrin, och att SF skulle kunna få den svenska distributionsrätten till Goldwyn Pictures filmer.

Eftersom Sjöströms föräldrar emigrerat till USA när han var spädbarn, och han hade bott där till de tidiga tonåren, talade han utmärkt engelska med amerikansk dialekt. Han hade också släkt kvar i Amerika, en syster i New York och en bror i Chicago.<sup>98</sup> Att han obehindrat behärskade språket underlättade tveklöst hans arbete som regissör i Hollywood. Han stannade i sju år, regisserade nio filmer med stjärnor som Lillian Gish, John Gilbert och Norma Shearer, och räknades vid hemresan som naturaliserad amerikan. Ett tecken på hans status i Hollywood är att avtalet med Goldwyn var ovanligt gynnsamt; Sjöström hade rätt att själv välja filmmanus, att vara borta från studion när han inte filmade och han hade en sjukdomsklausul som omfattade fjorton dagar. Sjöström förband sig å sin sida att byta namn till Seastrom, vilket möjligtvis kan tolkas som att Goldwyn inte önskade ett namn som pekade mot utlandet.<sup>99</sup> ”Foreign” var ett epitetsom vid denna tid nästan undantagsvis hade negativa konnotationer, medan däremot en lätt europeisk touche på amerikansk grund kunde uppfattas i positiva termer.

Sjöströms första amerikanska film *Name the Man* (1924) fick ett blandat mottagande.<sup>100</sup> *Photoplay* beskrev den som förvrängd och överspelad, med en dåligt sammansatt rollbesättning.<sup>101</sup> *New York Times* frågade sig om Sjöström måhända längtade hem, eftersom han preste-

rat en så usel film? Liksom *Photoplay* fann *New York Times* många scener överspelade – det är som om regissören försöker stoppa ett finger i ögonen på publiken för att få dem att gråta, skriver tidningen bland annat.<sup>102</sup> Men *Moving Picture World* prisade filmen. Tidningen rapporterade därtill att den var en stor kommersiell succé.<sup>103</sup> Och *Variety* ansåg att den var ”another proof that the foreign directors when given American casts and American cooperation in production can come pretty near topping all of the regular run of American directors with the exception of a few in matter of detail”.<sup>104</sup>

*He Who Gets Slapped* (1924) var den av Sjöströms amerikanska filmer som blev den största framgången. Den fick både god kritik och stor publik, med följden att visningstiden förlängdes. Mordaunt Hall i *New York Times* var entusiastisk och kallade filmen ett mästerverk. Han jämförde Sjöström med Charlie Chaplin och Ernst Lubitsch och jämförelsen föll ut till svenskens fördel.<sup>105</sup> *Moving Picture World* berömde Sjöström för det fina hantverket och ansåg den vara en av årets mest gripande filmer.<sup>106</sup> *Motion Picture Classic* var övertygad om att filmen skulle uppskattas av alla ”tänkande människor”. *Movie Weekly* kallade filmen ett konstnärligt mästerverk<sup>107</sup> och *Photoplay* gladdes åt att Sjöström revancherat sig:

When Victor Seastrom presented his version of Hall Caine's "Name the Man", we were disappointed. He failed to rise much above the level of a fourth rate novel. But this adaptation of Leonid Andreyev's "He Who Gets Slapped" is a superb thing – and it lifts Seastrom to the very front rank of directors.<sup>108</sup>

Filmen tolkades av många som ett dolt självporträtt, där filmens clown var regissören Sjöström, och örfilarna de oförrätter han drabbats av i Hollywood.<sup>109</sup> En sådan tolkning förlägger missförstånden, misslyckandena och motsättningarna till det personliga planet. Men intressant att notera är att både Sjöström själv och hans kritiker oftare såg problemen som uttryck för kulturella skillnader. I en intervju med den svenska journalisten Märta Lindkvist 1924 sammanfattar Sjöströms sina lärdomar så långt:

[E]n sak har jag lärt mig klart inse här ute, säger Victor Sjöström, och det är det absolut meningslösa i att söka göra svensk film för Amerika. Det är fullkomligt bortkastad möda. Man förstår det, när man vistats i Amerika och i den amerikanska filmvärlden och ser hur himmelsvitt skild deras uppfattning är från vår. De känner inte igen sig i den främmande miljön, de ignorerar den totalt, är ointresserade, gäspar och pratar om något annat.<sup>110</sup>

På ett paradoxalt sätt kritiserades filmerna både för att vara för tunga och litterära, och för att Sjöström tappat kontakten med den dramatiska ådra som gjorde hans svenska produktion framgångsrik. *Confessions of a Queen* (1924) klandrades av somliga kritiker för att vara en överspelad melodram med Ibsenambitioner, medan andra, som Mordaunt Hall, betonade att Sjöströms begåvning inte låg det åt det komiska hållet.<sup>111</sup> Filmen, som inte finns bevarad, har senare av en amerikansk kritiker framhållits som den mest svenska av Sjöströms Hollywood-produktioner.<sup>112</sup> Forslund tolkar kritiken som att "den svensk-amerikanska blandningen" inte var så lyckad.<sup>113</sup>

Sjöström fortsatte emellertid att använda svenska litterära förlagor i Hollywood. *The Towers of Lies* (1925) baseras, liksom flera av Sjöströms tidigare filmer från Sverige, på en roman av Selma Lagerlöf, *Kejsaren av Portugallien*. Filmen har gått förlorad, men den samtida franska kritiker Pierre Autre fann det gott att Sjöström inte förlorat sin talang under Amerikavistelsen. Den värmländska landsbygden hade för filmen återskapats i Kalifornien, och skådespelarna, Lon Chaney och Norma Shearer, hade regisserats att gestalta Lagerströms psykologiska drama om en faders gränslösa kärlek till sin dotter.<sup>114</sup>

Mourdant Hall var emellertid inte imponerad. Han kritiserar framställningen för bristande realism, och beskyller exempelvis en skådespelare (Ian Keith) för att se ut som om han kom direkt från en balsal i Hollywood, och inte från en svensk bondgård. Huvudpersonen Lon Chaney ser i Halls ögon ut att bära löspolisonger och lösskagg, vilket knappast gör honom övertygande i rollen som den övergivna fadern. Det långsamma tempot kritiserar också, även om recensenten tillstår att innerligheten och uppriktigheten imponerar.<sup>115</sup>

*Moving Picture World* var mer positivt inställd, men misstänkte att filmen skulle tilltala den så kallade intelligentsian mer än den genomsnittliga publiken, även om alla torde vinnas över mot slutet.<sup>116</sup> *Variety* var inte imponerad. Filmen var alltför tung för biopubliken. Den trögörliga och ologiska handlingen tycktes äga rum i "some Scandinavian country". Petrie kommenterar att recensionen ger uttryck för det växande gapet mellan amerikansk "populär" film, och utländsk, tung, konstnärlig.<sup>117</sup>

Kanske var det för att överbrygga detta gap som Sjöströms nästa film hade ett amerikanskt tema? Ändå behandlar *The Scarlet Letter* (1926) ämnen som känns bekanta från regissörens tidigare produktion: skuld, straff, ånger och försoning. Mourdant Hall var nu i vilket fall betyd-

ligt mer imponerad. I en positiv recension skriver han att Sjöström är en "earnest Swedish director".<sup>118</sup> *Picture Play* var entusiastisk över Lars Hansons insats, men berömde också regissören: "Victor Seastrom's direction is that of a master, and the Scandinavian's sympathy with the traditions of our rock-bound New England is strongly manifested in every scene."<sup>119</sup>



Efter några år i Hollywood framstod Sjöström som alltmer naturaliserad. Florin har noterat att fram till omkring 1926 markeras det ofta i texterna att regissören är svensk. Hans svenska ursprung (COO) används, som framgått ovan, både i samband med positiv och negativ kritik. Det kan tjäna som förklaring till hans skickliga personregi, likväl som till hans melodramatiska läggning. Men under hans sista år i Hollywood behandlas Sjöström i allt högre grad som inhemsk regissör i pressen, en inarbetad del av Hollywoodsystemet. Markörer för hans "svenskhet" blir nu sällsynta.

Men naturaliseringen hade sitt pris, åtminstone i recensenternas ögon. Istället för "svenskheten" blir förlusten av "svenskhet" en förklaring till vad man uppfattar som brister i filmerna. Det uttrycks att Sjöström tappat sin speciella skandinaviska touch.<sup>120</sup> Exempelvis tycks den negativa kritiken av *The Wind* (1927/1928) hänga samman med att han amerikaniserats och blivit för direkt i tilltalet:

It is surprising that Victor Seastrom, noted in his Scandinavian days for his eerie touch and delicate hintings, should so far have lost sight of the art of suggestion in a story made exclusively to his hand as to have, so to speak, piled it on until the illusion nigh buried under and winnowed away.<sup>121</sup>

*The Wind* filmades som stumfilm på plats i Mojave-öknen i brännande hetta och med vindmaskiner som piskade upp ökensanden. Sjöström var själv nöjd med resultatet, men snart riktades kritik mot slutscenen, där den kvinnliga huvudpersonen (spelad av Lillian Gish) blir galen efter att vinden avtäckt kroppen av en man hon dödat i självförsvar. Den fick ett nytt, lyckligt slut och släpptes ett år efter färdigställandet med några tillagda ljudeffekter. Även om filmen idag hyllas som ett mästerverk, var mottagandet 1928 kritiskt. Petrie påtalar att filmen saknar förankring i den amerikanska myten om hur människan övervinner naturens krafter, och därför kunde utpekas som "foreign" till både ursprung och ut-

tryck.<sup>122</sup> Det nya slutet, där hjältinnan förklarar att hon inte är rädd för vinden, går stick i stäv mot filmens övergripande tematik. Mourdant Hall tyckte att eftermiddagens regnväder var mer intressant än Sjöströms film, som var alltför övertydlig i hans smak. Han skyller dock inte misslyckandet på vare sig regissörens eller Lars Hansons svenska ursprung, som inte omnämns med ett ord.<sup>123</sup> Det gör Hall inte heller i recensionen av *The Masks of the Devil* (1928) med John Gilbert i den manliga huvudrollen som Baron Reiner. Detta är den av Sjöströms sena filmer som fick bäst kritik.<sup>124</sup> Temat med baronen som långsamt förvandlas till Satan gav också regissören möjligheter att arbeta med dubbelexponeringar och förvandlingar som påminner om hans svenska produktioner, men nu med tillgång till Hollywoods teknik och kompetens.

I *The Divine Woman* (1928) sammanfördes tre av de mest berömda svenskarna i Hollywood: Garbo, Lars Hanson och Sjöström.<sup>125</sup> Enligt Hall var den dock inte i klass med Garbos tidigare filmer: hon saknade spontanitet samtidigt som hon visade en tendens till hysteri i de mer känsloladdade scenerna. Misslyckandet fick tillskrivas regissören:

It is to be assumed that the lethargy of this production is due to Mr Seastrom, who has good ideas, but when it comes to putting them in motion he does it so that in this instance the effect is hopelessly artless. Hence, although the decorations, costumes and properties are all that one could hope for, the characters seem to have no more depth than the shadows that meet the eye.<sup>126</sup>

Att Sjöströms sena filmer inte blev några succéer kan ha varit det avgörande skälet till varför han flyttade tillbaka till Sverige, men avresan sammanfaller även med ljudfilmens genombrott och svenskkolonins upplösning. Ljudfilmen accentuerade den process av avståndstagande från utländskhet som varit påtaglig under tjugotalet eftersom den pekade ut skådespelare med icke-amerikansk brytning.

MGM tycks inte ha haft något emot att lösa Sjöström från kontraktet, i synnerhet som det var en turbulent tid i efterdyningarna av börskraschen. Somliga kritiker anser att Hollywood hade ett negativt inflytande på Sjöström, och att han aldrig fick chansen att utveckla sina konstnärliga visioner där. Själv tycks han emellertid huvudsakligen ha varit nöjd med sin utlandsvistelse, och han var respekterad av skådespelare och branschfolk.<sup>127</sup>

Men assimileringen som var nödvändig för att fungera på den amerikanska filmscenen, var samtidigt det som på sikt gjorde Sjöström mindre intressant för Hollywood. Det man köpte genom importen av

en europeisk regissör var andra slags egenskaper, kunskaper och färdigheter än dem som redan fanns i Amerika. Bo Florin sammanfattar:

När Sjöström – tillsammans med de övriga européer som ”importerades” av MGM – först anlände till Hollywood var tongångarna från kritiken ambivalenta. Det talades å ena sidan om ”the invasion of the ’Norsemen’”, men å andra sidan också om de särskilda europeiska, inte minst skandinaviska, filmtraditioner som väckte beundran. Intressant är att Sjöström av kritikens reaktioner att döma gradvis integreras under sina Hollywoodår: till en början är han exotisk och främmande, men i samband med de sista filmer han gjorde har han blivit en Hollywoodregissör vilken som helst. När han återvände till Sverige hade han enligt MGM-kontraktet i själva verket tre filmer kvar att göra i Hollywood, men genom något slags tyst överenskommelse tycks bägge parter ha valt att glömma den saken. Det är svårt att frigöra sig från tanken att Sjöström i och med sin assimilering i den nya filmkulturen också paradoxalt nog förlorat sin lockelse för Hollywood, den aura från tidig svensk stumfilm som kringsvävat hans första år i det nya landet.<sup>128</sup>

Sjöström hade, liksom tidigare nämnde Lasse Hallström, en stor förmåga att anpassa sig efter den amerikanska marknadens krav. Måhända påverkade han, som Pensel framför, Hollywoodfilmen bort från teatralitet mot ökad naturalism,<sup>129</sup> men han gjorde det inom ramen för vad som kunde accepteras av den amerikanska filmindustrin – och dess publik. Sjöströms inverkan på Sveriges image i USA är knappast stor. Men det står tydligt att han under tjugotalet var ett namn som var igenkänt, också hos dem som läste filmrecensioner.<sup>130</sup> Regissören lyftes ofta fram i recensionerna, även om det var stjärnorna på bioduken som främst drog publik, och som filmtidningarna sålde lösnummer på.

## Och sedan kom Stiller

Mauritz Stiller anlände till Hollywood 1925 tillsammans med Greta Garbo, två år efter Victor Sjöström. Av Stillers svenska produktion tycks endast *Sir Arne's Treasure (Herr Arnes Pengar)* ha visats med begränsad spridning i USA.<sup>131</sup> Enligt *Variety* var den välspelad och mer intressant än inhemska filmer, men konstaterade att ”they are a sad-looking people, these Swedes, with no joy in their faces”. Slutsatsen blev att den inte lämpade sig för amerikaner.<sup>132</sup> *Moving Picture World* beskrev den å sin sida som en film med poetiska kvaliteter, för den som var på jakt efter något nytt.<sup>133</sup>

Stillers ettåriga kontrakt med MGM resulterade emellertid inte i nå-

gon film – Stiller ersattes av Fred Niblo som regissör för *The Temptress* 1926 som lät ta om de flesta scenerna. För Paramount fick han dock göra *Hotel Imperial* 1927, *The Woman On Trial* 1927 och *The Street of Sin* 1928 innan han reste tillbaka till Sverige, där han dog senare på hösten 1928.<sup>134</sup>

Ingen av Stillers amerikanska filmer blev någon succé. Mourdant Hall erkände visserligen att *The Woman On Trial* uppvisade stor omsorg om fotot, men att "beautiful effects mean very little if the story is dull and the characters are wooden".<sup>135</sup> Samma recensent karaktäriserar *The Legend of Gosta Berling* som rörig på gränsen till obegriplig när den visades 1928.<sup>136</sup> Till skillnad från Sjöström omnämns Stiller aldrig som amerikansk regissör, utan recensionerna noterar ofta att han är svensk (fast svenskt medborgarskap hade Stiller, som föddes i Helsingfors i en rysk-polsk judisk familj, faktiskt fått först 1921).

Sven Stolpe skriver i *Filmjournalen* 1927 att "Sverige rycker på detta sätt åter upp i teten bland världens filmproducerande länder. Ty vi har rätt att kalla *The Scarlett Letter/ Den röda bokstaven* (Victor Sjöström 1926) och *Hotel Imperial* svenska filmer. Det är till heder för vårt land, att våra regissörer på ett så lysande sätt förstått att hävda sin konstnärliga egenart ute i Amerika".<sup>137</sup> Men det är tveksamt om filmerna uppfattades som svenska, även om det ibland noteras i pressen vilka länder som skådespelarna och regissörerna kom ifrån. Inte heller filmernas handling hade något med Sverige att göra (*The Scarlett Letter* utspelas i Boston bland puritaner, *Hotel Imperial* i Österrike under första världskriget).

Stillers USA-år har uppfattats som ett misslyckande, från ankomsten till avresan. Han hade problem med engelskan och att anpassa sig till amerikanernas sätt att arbeta.<sup>138</sup> Bo Florin skriver att

[h]istorieskrivningen kring Stillers Hollywoodår ger vid handen att det var hans anpassningsproblem inom det nya produktionssystemet som gjorde att han fick lämna arbetet med *The Temptress*, medan sjukdomen tog överhanden på slutet och orsakade de sista avbrotten i filmarbetet. Sammantaget ger det en bild av en lidandesmärkt regissör, från första stund oförmögen att fungera fullt ut i den nya produktionskultur där han hamnat och med alltmer bruten hälsa. [---] Berättelsen må vara historiskt välgrundad – men den blir samtidigt stereotyp, en skildring helt i linje med andra misslyckandehistorier om européer i Hollywood. Den utgår också från facit: Stillers bortgång i november 1928.<sup>139</sup>

Stiller vägrade låta sig amerikaniseras. På hans kontor hängde en bit blått papper med texten "A little bit of Sweden" och ett porträtt av prins

Eugén tillsammans med proklamationer från den ryska revolutionen. Stiller ägde inte ens någon bil – något högst excentriskt i tjugotalets Hollywood.<sup>140</sup> Men att inte låta sig assimileras var lika lite en framgångsväg som att alltför mycket anpassa sig till Hollywood. Stiller fick dock sin stjärna på Hollywoods berömda Walk of Fame. Dessvärre stavades hans namn, fram till att det rättades 1989, "Maurice Diller".<sup>141</sup>

Stiller har kommit att framstå som arketypen för européer som misslyckas i Hollywood. "For every Alfred Hitchcock or Milos Forman there are perhaps dozens who sink into oblivion after one or two films, or who return, frustrated and disillusioned, to resume work in their homelands. The list of such 'failures' is almost endless...", skriver Petrie.<sup>142</sup> Visst kan förklaringen till Stillers misslyckande sökas på det personliga planet, i bristande språkkunskaper, envishet, kantighet eller sjukdom. Men fenomenet som helhet kan bara förstås utifrån den amerikanska filmvärldens sätt att fungera, i efterfrågan på en garnering av utländskhet ovanpå en rejäl bas amerikansk konventionalitet.

## Den svenska (mellan)mjölkflickan

Det berättas att Ingrid Bergmans väg till Hollywood röjdes av en svensk hisspojke i New York. Han beskrev den vackra svenska skådespelerskan som hans föräldrar sett i Gustaf Molanders *Intermezzo* (1936) för Elsa Neuberger på David O. Selznicks kontor.<sup>143</sup>

Ingrid Bergman (1915–82) anlände till New York våren 1939 efter en framgångsrik europeisk karriär, inte minst i Tyskland. Det sägs att Selznick ville göra om Bergman, ändra hennes namn till Berryman, justera hennes tänder, plocka ögonbrynen och ändra make-upen, men att hon vägrade. I stället föddes idén om den naturliga flickan, som bar sitt eget namn, egna tänder, riktiga hår och måttligt med make-up.<sup>144</sup> Selznick bytte taktik och lanserade Bergman som "the first true natural in Hollywood".<sup>145</sup> Hon blev "the Palmolive Garbo".<sup>146</sup>

Bilden av Ingrid Bergman som ett förkroppsligande av nordisk naturlighet vidareförmedlades av tidskrifter som *Photoplay*:

Ingrid Bergman is a Nordic natural who is going to make things a little tough for Hollywood's synthetic glamour girls from now on out. Ingrid doesn't use makeup, false eyelashes, trick hair-dos, seminude evening wear, or a so-tired-of-it-all face. She doesn't need them. She's fresher, more beautiful in her undecorated state, more unspoiled and real than any screen newcomer in a year of Sundays.<sup>147</sup>



Vid den amerikanska filmatiseringen av *Intermezzo* (1939) betonade Selznick att det var viktigt att återskapa den kombination av "eggande skönhet och fräsch renhet" som Ingrid Bergman hade haft i den svenska versionen.<sup>148</sup>

Lanseringen lyckades. Frank S. Nugent skrev i sin recension av filmen i *New York Times* att Bergmans agerande var fritt från förkonstling: "Her acting is surprisingly mature, yet singularly free from the stylistic traits – the mannerisms, postures, precise inflections – that become the stock in trade of the matured actress."<sup>149</sup> Howard Barnes hade likartade formuleringar i *New York Herald Tribune* och tabloidtidningen *New York Daily News* skrev att hon var "the finest thing that has come to Hollywood from anywhere in many a day. It is extremely unfair to call her a second Garbo just because she hails from Sweden. She has a combination of rare beauty, freshness, vitality and ability that is uncommon as a century plant in bloom."<sup>150</sup>

1945 återkom Nugent i en text om "fenomenet Bergman" till hennes häpnadsväckande naturlighet. Hon dricker inte, hon röker inte, hon sminkar sig inte, hon stannar inte upp sent om kvällarna: "she is Hollywood's closest approximation of the 'girl like mother used to be' – assuming, of course, that mother was quite a girl."<sup>151</sup>

Selznick iscensatte konsekvent Ingrid Bergman i Amerika som något av en oförstörd svensk mjölkpiga.<sup>152</sup> Men vad som inte omedelbart är synligt i det entusiastiska mottagandet av Bergman i USA, är att det byggde på rådande föreställningar om svenskhet. En sådan stereotyp var lantlighet. Svenskar tillhörde landsbygdens folk, de brukade jorden och uppträdde naturligt, vare sig de lever i det avlägsna Skandinavien, eller i USA:s svenskbygder. I den knappt 17 minuter långa propagandafilmen *Swedes In America (Livet i Amerika, nr 1. Svenskar i Amerika, 1943)* producerad av amerikanska "Office of War Information" får vi följa Ingrid Bergman till olika platser i USA på jakt efter svaret på frågan varför svenskarna funnit sig så väl till rätta i det nya landet.<sup>153</sup> "Om man vill förstå våra dagars svensk-amerikaner", förklarar Bergman som är filmens berättare och enda röst, "måste man känna till det land där de bor... och idag är det landet i krig!" Hon talar alltså svenska i filmen som gjordes för export till Sverige, men det finns även en engelsk version i amerikanska krigsministeriets arkiv.

Efter att ha besökt New York, Philadelphia och Minneapolis kommer Ingrid Bergman till Charles Swensons gård i Chisago County, Minnesota. Charles var född i USA av svenska föräldrar och talade alltså

svenska. Bergman filmas när hon deltar i olika sysslor på gården. Tre av gårdens fem söner var ute i kriget, berättar Bergman, så de andra får arbeta för fler. Detta leder över till ett resonemang om hur man i det nya landet måste samarbeta. Filmen visar därpå Kooperationens framsteg i USA, inom bl.a. fisket, jordbruket och energisektorn. Fastän amerikanerna är individualister sätter de en ära i att arbeta tillsammans för kommunens bästa, enligt Bergmans manus. Och svenskarna hjälpte till att införa den kooperativa andan i den moderna världen, fortsätter Bergman. I en av de sista scenerna frågar hon Carl Sandburg (1878–1967) vad det är som ligger till grund för den starka frändskapen mellan Sverige och Amerika. "Det är den respekt båda länderna hysa för den enskildes rätt till frihet från nöd", svarar den berömde poeten genom hennes mun.

Filmen visades inte i USA,<sup>154</sup> men bidrog ändå till bilden av Sverige genom en Oscarsnominering och ett bildreportage i den spridda tidskriften *Look*. I den första helsidesbilden ligger hon djupt nersjunken i hö, klädd i vad som liknar en svensk ylletroja. Bildtexten talar om hennes naturlighet. Hennes blonda hår, hennes friska ansiktsfärg och hennes anspråkslöshet är alla naturliga. Därefter följer bilder av när Ingrid Bergman deltar i gårdens sysslor: hur hon följer med en av sönerna för att mjölka klockan fem på morgonen och hur hon kelar med griskultingarna. Även om hon är född i Stockholm, berättar *Look*, så har hennes mans familj en gård på landet där hon brukar semestra. Varje skådespelare har en drömmroll, förklarar hon: "Gary Cooper wants to play a cowboy, I want to do a farm girl part."<sup>155</sup>

Reportaget är inte helt olikt hur Anna Q. Nilson porträtterades på tjugotalet: "She loves the cows and chicken", rapporterade exempelvis *Photoplay* från hennes gård i Kalifornien. På fotona matar hon kycklingarna, ryktar hästen och tar hand om kalvarna. "This is life", säger den svensk-amerikanska filmstjärnan.<sup>156</sup> Vilket hon säkert faktiskt tyckte. Samtidigt befäste hon som sagt bilden av svenskar som knutna till landsbygdens liv, snarare än till urbana miljöer, även om Anna Q. Nilsons svenska rötter inte längre var något som betonades på tjugotalet, och att reportaget faller under en vanlig kategori i tidskriften: inblickar i hur stjärnornas liv.

I bildreportaget om Ingrid Bergman är kopplingen till Sverige och svensk-amerikaner förstås tydlig. Här handlar det om propagandakrig. Genom filmen skulle svenskarna vinnas över på de allierades sida, medan tidskriftsreportaget riktade sig till den amerikanska befolkningen.

Plockat ur sitt sammanhang kan det tyckas oförargligt. Men tidskriften *Look* var vid denna tid fylld av krigsreportage. Sedd i sitt sammanhang handlar det om en sammansvetsning av olika etniska grupper, samt av stad och land. Man ska inte glömma att det fanns de som hade sympatier för Hitler även i USA, inte minst i mellanvästern och bland skandinaviska immigranter.<sup>157</sup>

Ingrid Bergman deltar också i familjens bönestund och i ett möte med Ladies Aid i den svenska lutheranska kyrkan i Scandia, samt lär sig spinna på en spinnrock från Sverige. Luthersk tro och respekt för det traditionella hantverket blir härigenom ytterligare karaktärsdrag hos Bergman – och hos svenskar i allmänhet. Samtidigt – och inte minst viktigt 1943 – framställs varken hon eller familjen Swenson som främlingar. Även om Charles Swenson kan tala svenska föredrar hans familj engelskan. Och Ingrid Bergman har endast en lätt accent ”untraceable to any country”.<sup>158</sup>

I både filmen och bildreportaget iscensätts Ingrid Bergman på ett sätt som nästan tycks vara en medveten kommentar till nazismens landsbygdsretorik. Bilderna av henne på höskullen eller med kalvarna är snarlika samtida propagandabilder från Nazityskland. Ingrid Bergmans ljusa hy, den vita snön och den vita mjölken förstärker varandra och konnoterar friskhet och sundhet. Föreställningen om mjölkflickans vita hy bygger på berättelser om mjölkens vitaliserande förmåga, kända sedan antiken.<sup>159</sup> I samtiden förstärktes mjölkens positiva, naturliga egenskaper av intensiva reklamlampanjer för ökad mjölkkonsumtion.

Vintern i Minnesota var kall, -30 grader Fahrenheit (-34° C) och snön låg flera meter djup (7,5 feet). Men Ingrid Bergman uppskattar till synes vintern och det lantliga livet. Minnesota minner om hennes hemland Sverige. I *Look* porträtterades Bergman på skidor tillsammans med en annan av sönerna i familjen.

An accomplished sportswoman, Miss Bergman chose skis instead of snowshoes for a cross-country call with the doctor son of the Swenson family. Like many of her countrymen, she is strong and durable.<sup>160</sup>

Artikeln poängterar att hon är lång och kraftig, trots att hon kan tyckas fragil i en film som *Casablanca*. Hon har behållit det kortklippta hår hon hade i filmen *For Whom the Bell Tolls*, vilket förstärker hennes sportiga drag. Naturlighet, friskhet, vithet och svenskhet sammanflätas tätt i denna och andra artiklar om Ingrid Bergman.

Men snö och vintersport kan också associeras med ett kallt temperament och känslökyla, något som utnyttjas av Alfred Hitchcock i den psykoanalytiskt orienterade thrillern *Spellbound* (1945). I den döljs Bergmans sensualitet under ett isigt yttre, och filmen innehåller en nyckelscen där Bergman och Gregory Peck åker skidor. (Även Greta Garbo skrevs in i stereotypen skandinavisk skidåkerska i sin sista, mindre lyckade film, *Two-Faced Woman*). Vitheten hos svenskarna riskerar härmed att uppfattas som något negativt, vilket indikerar ett mer komplext förhållande i dikotomin vitt-svart än vad som vanligen uppmärksammas i etnicitetsdiskursen.



Liksom andra skandinaviska skådespelare fick Ingrid Bergman oftast spela icke-skandinaviska roller. Undantagen är nunnan Benedict i *The Bells of St. Mary* (1945) och Ilse Lund i *Casablanca* (1943). Benedicts svenska ursprung är inte särskilt betonat i filmen, men när hon berättar för fader O'Malley (Bing Crosby) att hon är född i Sverige tar han orden ur munnen på henne och fyller i att hon är uppväxt i Minnesota. Hon sjunger också "Värvindar friska" på svenska. Viktigare för hennes rollkaraktär är emellertid hennes sportighet. Hon visar ett uppriktigt intresse för (amerikanska) idrotter som baseball, basket och boxning. I sistnämnda sport tränar hon också en av sina elever.

Ingrid Bergmans mest kända roll är som den norska flyktingen Ilse Lund i *Casablanca*. Hon är, liksom sin tjeckiske man, avskuren från sitt hemland, som är ockuperat av Nazi-Tyskland. Hollywood utnyttjade här det oklara i vad skandinavisk denoterade; Bergman hade knappast kunnat spela svensk, vid en tid då Sverige tillät tyska transiteringar och framstod som suspekt i amerikanska ögon. Samtidigt var det anti-nazistiska temat viktigt för att suddas bort politiska tveksamheter från Bergmans tidigare tyska filmkarriär.<sup>161</sup>

Trettio- och fyrtiotalen innebar en uppvärdering av det regionala, icke-urbana i både Sverige och USA. Den svenska aktrisen framstod, som vi sett, som raka motsatsen till tjugotalets hårt sminkade stjärnor. I en artikel beskrevs hon vara lika ren som nyfallen svensk snö,<sup>162</sup> och 1940 beskriver Bosley Crowther Ingrid Bergman i *New York Times* som en cross-over av en viking och en sommarflicka:

Picture the sweetheart of a viking, freshly scrubbed with Ivory soap, eating peaches and cream from a Dresden china bowl on the first warm day of Spring atop a sea-scarred cliff and you have a fair impression of Ingrid Bergman.

Crowther kontrasterar äktheten hos Bergman mot andra skådespelerskors, den tio år äldre gåtfulla svenskan inkluderad:

For Miss [sic!] Bergman is certainly as simple and genuine an article – the legendary Garbo included – as has ever been imported to these shores. [---] Taller than average (5 feet 8) with light brown hair, pale blue eyes, a fair complexion with radiates health and strong, athletic figure, she is your typical Scandinavian woman – not lean and melancholy, like the young Garbo, but full of good simplicity.<sup>163</sup>

Ingrid Bergman gjorde inget för att dölja att hon var gift och hade en dotter, men hon uppfattades ändå som en oskuldsfull flicka. Visst noteras det emellanåt att hon betar sig driftigt, men det blir till tecken för naturlighet och spontanitet, snarare än för manhaftighet.

Till intrycket av en oförstörd mjölkflicka bidrog också Ingrid Bergmans spontana kontakt med pressen. Till skillnad från de flesta andra Hollywoodstjärnor uttalade hon sig gärna direkt i medierna, vid en tid när nästan allt gick genom filmbolagen och skådespelarnas agenter. Så länge välviljan hos journalisterna var stor, förstärkte detta intrycket av en spontan, chosofri person som inte spelade några roller utanför scenen.<sup>164</sup>

Under kriget började utlänningarna i Hollywood att ifrågasättas. De var där för att tjäna pengar, utan att vara amerikanska medborgare. Bergman förefaller ha varit fullständigt ointresserad av politik, och klarade sig helskinnad både från att ha spelat in en film i Tyskland på trettioalet (*Die Vier Gesellen*, 1938) och fyrtioalets debatt om rasdiskriminering i amerikansk filmindustri. Hon uppfattades ännu vid fyrtioalets slut som ren och förebildlig. Kombinationen av jungfrulig framtoning och fysisk kraft ledde till rollen som Jeanne d'Arc 1948.<sup>165</sup>

Bilden av Bergman som ren och oskuldsfull kraschade i december 1949, när det blev känt att hon väntade barn med Roberto Rossellini – inte med sin äkta man. Donald Spoto sammanfattar:

År 1939 hade Ingrid Bergman hyllats som en flicka med fräscht utseende, "värdig, behaglig, opretentiös och besjälad", och en symbol för allt gott som Amerika älskade och behövde. Då var hon gift och hade barn, men det ord som oftast användes för att beskriva henne var "okonstlad", vilket på något gåtfullt sätt blev detsamma som "jungfrulig". Men 1949 klargjorde hon att

hon absolut inte var någon nunna och inte ville framstå som en filmmytens martyr. Alltså betraktades hon som den värsta av syndare, en avfälling vars "fördärliga inflytande" snart skulle fördömas inte bara i kyrkor och skolor utan även i den amerikanska senaten.<sup>166</sup>

Från predikstolar, talarstolar och tidningssidor fördömdes Ingrid Bergman för sedeslöshet. Hon och Rossellini ansågs förespråka fri kärlek, sexuell exhibitionism och moraliskt förfall.<sup>167</sup> Senator C. Johnson från Colorado kallade i Senaten i Washington D.C. Ingrid Bergman "a powerful influence for evil". Men depravationen och sexualiteten förknippades vid denna tid (1949–50) ännu inte med Sverige, även om den i historiens ljus kan tyckas som en föraning om vad som komma skulle.<sup>168</sup> Det skulle ta flera år innan Ingrid Bergman åter togs till nåder av Hollywood (*Anastasia*, 1956), och någon oskuldsfull svensk mjölkflicka skulle hon aldrig mer framställas som.

### Vem vill döda en svensk?

Som framgått har svenska skådespelare i Hollywood huvudsakligen fått spela andra etniciteter än skandinaver. Garbo gestaltade en stor mängd sydeuropeiska och slaviska kvinnor, likaså Ingrid Bergman och Lena Ohlin. Nils Ashter trädde fram som asiat och arab, Warner Oland var otroligt framgångsrik som kines. Få svenska skådespelare har fått spela svenskar. I den mån dessa skådespelare har påverkat de amerikanska uppfattningarna om Sverige eller svenskar har det skett genom draghjälp från andra medier och kanaler. Populärpressens reportage har medverkat till receptionen av filmerna de medverkat i. Biobesökaren kommer sällan helt utan förförståelse till biosalongen.

Kanske spelas svenskar bäst av amerikaner? Vi har sett hur El Brendel kunde bygga en karriär på sin förmåga att spela svensk. Kanske behöver man stå utanför den kultur man ska gestalta, för att tydligt se dess kännetecken? Än viktigare är måhända att den svenskhet som ska gestaltas i amerikansk film måste relatera till amerikanska föreställningar om svenskhet, snarare än till svenska föreställningar om svenskhet.

Avslutningsvis måste vi därför fråga oss om inte amerikaner som spelar svenskar har haft större betydelse för amerikanska Sverigebilder, än de svenska skådespelare och regissörer som behandlats i detta kapitel? Många amerikaner jag träffat under arbetet med denna bok har pekat på den svenske kocken i *Mupparna* som den mest kände "svensken" i USA.

En sak som talar för att detta slags "svenskar" haft stor inverkan på synen på Sverige, är att de är entydiga och slagkraftiga eftersom de bygger på stereotyper. Vad som talar emot är att det inte är särskilt vanligt med "svenskar" i amerikansk film eller teve. "Norwegians and Swedes have never gained visual media representations proportionate to their numbers or social/cultural importance in the United States", skriver Allen L. Woll och Randall M. Miller i ett arbete om ras och etnicitet i film och teve.<sup>169</sup>

I den mån "svenskar" förekommer i film och teve upprepas och bekräfts ofta de gängse mönstren för hur svenska män och kvinnor uppfattats. Jag diskuterade i kapitlet Svenskar, vita som snö i del 1 bilden av den svenske mannen som en vekling, utan förmåga att anpassa sig till det hårda livet i det nya landet. Men alla svenska män är inte veklingar, inte ens i amerikansk film. Den hjälplösa immigranten uppvägs i någon mån av vikingaättlingen. I sin historiska form har vi i ett tidigare kapitel sett honom personifieras av bland andra Kirk Douglas (*The Vikings*, 1958). I mer samtida kostymering återfinns den kraftfulle, ibland brutale, svensken i filmer som *The Killers* (1946; Burt Lancaster), och *Rear Window* (1954; Raymond Burr i rollen som Lars Thorwald). I sistnämnda film har Lars Thorwald brutalt mördat sin hustru, medan "The Swede", spelad av Lancaster i *The Killers*,<sup>170</sup> visserligen är en fysiskt stark före detta boxare, men han är också alltför naiv för att se igenom Kitty Collins (spelad av Ava Gardner) dubbelspel. Han är tystlåten men med plötsliga känsloutbrott. När Kitty sviker honom försöker ha ta sitt liv, men räddas av en hotellstäderska. Filmen börjar också med hans slutliga nederlag. Han blir skjuten i sängen utan att han ens försöker försvara sig. Hans död blir utgångspunkten för berättelsen, eller som en av rollgestalterna frågar sig:

– Why does anyone like to kill a Swede?

Old Milwaukee

*Swedish  
Bikini  
Team*





## De Fyra Essen

I Paul Austers och Wayne Wangs film *Blue in the face* (1995) sitter Lou Reed i rollen som "Man with Strange Glasses" och filosoferar:

I actually feel pretty comfortable in New York. I get scared like in Sweden. You know, it's... kind of empty, they're all drunk. Everything works. You know, if you stop at a stoplight and don't turn your engine off, people come over and talk to you about it. You go to the medicine cabinet and open it up and there will be a little poster saying: "In case of suicide – call..." You turn on the TV, there's an ear operation. These things scare me. New York? No.

Det är en högst annorlunda bild av Sverige som Lou Reed målar upp, jämförd med Marquis Childs *Sweden the Middle Way*. Både Auster och Reed är födda på fyrtioalet och deras skräckbild av Sverige är i hög grad formad av den Sverigebild tog över i början av femtioalet. Från att ha varit ett oerottiskt välfärdsland halvvägs till paradiset, blev Sverige ett land bebott av antingen plågade själar och/eller sexuellt utlevande välustingar.

### Den svenska synden

Kanske var det Ingrid Bergmans förälskelse i Roberto Rossellini (1949) som inledde den svenska syndens era i USA, eller så var det Arne Mattsons *Hon dansade en sommar* (1951) och Ingmar Bergmans *Sommaren med Monika* (1953). *Times* reportage om sexualmoralen i Sverige 1955 är en annan möjlig startpunkt. Alla blev slagträn i en i grunden amerikansk konflikt kring politik och moral, men de kom likväl att i grunden förändra den amerikanska bilden av Sverige och den svenska kvinnan.

Richard Dyer har pekat på att sex ansågs vara det viktigaste i livet i femtioalets USA. Han belägger tidpunkten för denna förändring med

*Brudar och bärs.  
Pabst Brewing  
Company, ca 1991.*

publiceringsåren för de båda Kinsey-rapporterna (om män 1948 och om kvinnor 1953), att *Confidential* började publiceras 1951 och *Playboy* 1953, samt med en lång rad storsäljande romaner där sex spelar en betydelsefull roll. I amerikanska medier ökade referenserna till sex med 2,5 gånger från 1950 till 1960.<sup>1</sup> En likartad tendens finns sannolikt över hela västvärlden. Vad som är intressant i detta sammanhang är emellertid hur sex och synd i USA kom att förknippas med Sverige.

*Sommaren med Monika* framstår i en svensk kontext som en i raden av sommarfilmer, en vid tiden väl inarbetad nordisk genre. Men det som i Sverige tolkades som uttryck för den svenska sommarens löften om en naturligare tillvaro, om urkraft och naturmystik, långt från det urbana livets krav och hets, uppfattades i USA som ett exotiskt liv, med nakenbad, soldyrkan och sexuell lössläppthet. Om de två ogifta ungdomarnas kärlekssommar i Sverige huvudsakligen sågs som somrig, ungdomlig och frihetsdyrkande, sammanbands den i Amerika med moral och skuld redan genom titeln som filmen först cirkulerade under: *Monika or the Story of a Bad Girl*. I Los Angeles blev filmen beslagtagen och distributören blev dömd till böter och 90 dagars fängelse. Domaren, Byron J. Walters, klagade att filmen var moraliskt farlig för allmänheten: "Monica [sic] appeals to potential sex murderers [...]. Crime is on the rise and people wonder why. This is one of the reasons."<sup>2</sup> Trots beslaget cirkulerade filmen 1954–59 i sönderklippt skick som ett slags sexfilm på drive-inbiografer i mellanvästern.<sup>3</sup> När filmen åter lanserades 1958, nu under titeln *Summer with Monika*, behandlades den som "erotiskt suspekt". Den ansedda tidskriften *Films in Review* avfärdade den som "a clumsily and carelessly directed sexploiter about a stupid teenager".<sup>4</sup>

Tidsmässigt sammanfaller *Sommaren med Monika* inte enbart med den nyss nämnda Kinseyrapporten om kvinnors sexfantasier och lanseringen av *Playboy*, utan även med Marilyn Monroes stora genombrott med filmerna *Niagara*, *Gentlemen Prefer Blondes* samt *How To Marry a Millionaire*. Hon var den dittills mest direkt sexualiserade av alla filmstjärnor, och avbildades på omslaget och mittuppslaget av första numret av *Playboy* i december 1953.<sup>5</sup> Monroe tillhör en "dum, blond blondin"-tradition, men tillför en starkare sexuell aspekt till den än vilken tidigare varit fallet. Samtidigt knyts hon till föreställningar om naturlighet, något som vi sett framstod som ett ideal i Amerika. Monroe är naturligt i sitt förhållande till sex, men också naturligt oskuldsfull/naiv/dum till allt livet har att erbjuda.<sup>6</sup> Receptionen av svenska blonda

flickor står i en intim dialog med ikonerna Marilyn. Blondhet blir också nära förknippat med den "vita" rasen, eftersom det uppfattas vara den mest otvetydiga "vita" hårfärgen.<sup>7</sup>

Arne Mattsons *Hon dansade en sommar* släpptes 1955 i USA under titeln *One Summer of Happiness. A Romance of Extacy*. Den bidrog ytterligare till myten om de svenskornas frigjorda förhållande till sex. Ulla Jacobssons bröstvårta hade, kanske något förvånande, passerat den svenska censuren. I USA var den tillräcklig för att orsaka moralpanik – och kassasuccé. Filmen betecknades som en "nudist film" och distributören lär ha satt upp en skylt i sitt fönster med texten "Positively no glasses required for this picture".<sup>8</sup> *Hon dansade en sommar* lär vara en av de största exportsuccéerna någonsin för svensk film.<sup>9</sup>

Att säga att den svenska synden föddes med de svenska sommarfilmerna må vara sant, men det var inte de som orsakade den. Sammandrabbningen mellan olika tolkningsmönster av nakenhet och friluftsliv i Sverige och USA har vi stött på redan under 1890-talet i samband med Zorn, utan att den vändes till kritik av Sverige och svenskar i allmänhet. Svensk filmcensur – den äldsta i världen – var vid denna tid inte heller mer släpphänt med den sexuella moralen än den amerikanska filmindustrins moralkod (Hays Code). Förklaringen till den upprörda diskussionen kring de svenska sommarfilmerna står snarare att finna i femtiotalets konservativa reaktion på moderniseringen av Amerika, efterkrigstidens uttalade intresse för sex och den nya ungdomskulturen. Filmen hamnade i fokus för den konservativa kritiken. Ungefär samtidigt med de svenska kom också amerikanska filmer som orsakade moralisk indignation, bland andra *The Wild One* (1953) med Marlon Brando och motorcykelgänget "The Black Rebels" och den unge uppriske James Dean i *Rebel Without a Cause* (1955).

1946 vann republikanerna majoritet i kongressen för första gången sedan Hooveradministrationen (1929–33). President Harry Truman, demokrat, som tillträdde efter Roosevelts död 1945 och som sensationellt lyckades vinna valet 1948, pressades hårt av den konservativa opinionen. Året dessförinnan, 1947, hade "the Hollywood ten", ställts inför "the House Un-American Activities Committee" där de vägrat svara på frågor om sitt politiska engagemang (dvs. om de var medlemmar i kommunistpartiet).<sup>10</sup> Kampanjen mot Hollywood nådde sin höjdpunkt under senator Joseph R. McCarthy (1950–54). Hundratals människor sparkades från sina arbeten i filmindustrin på grund av påstådda kommunist sympatier. Det klimat som rådde under McCarthys

häxprocesser skapade utrymme för allehanda reaktionära krafter att göra sig hörda och synbara i medierna.

Rooseveltdadministrationen var, som vi sett i kapitlen om svensk design, välvilligt inställd till Sverige och den svenska medelvägspolitiken. I det polariserade politiska klimatet som följde efter Roosevelt kom därför Sverige att stå i skottgluggen för den konservativa beskjutningen. Den positiva bild av statliga ingripanden i det ekonomiska livet, av gemensamma insatser inom skol- och hälsoväsende, som vuxit fram under trettioalet och förknippats med Sverige som *The Middle Way*, vändes under femtiotalet i sin motsats. Medelvägen bannlystes och synd, socialism, superi och självmord – de fyra essen – blev istället vad amerikaner förknippade med Sverige.

Sommarfilmerna bekräftade det första esset. I det socialistiska Sverige levde ungdomen ett sexuellt lössläppt liv, utan att stoppas av vare sig samhället eller föräldrarna. De traditionella värdena – den patriarkala familjen och kyrkan – värnades inte. Också i Sverige fanns upprörda reaktioner på vad som i bland annat högkyrkliga kretsar uppfattades som moraliskt förfall, vilket den amerikanska rapporteringen tog fasta på och vidareförmedlade.

I april 1955 publicerade *Time* en artikel av Joe David Brown (1915–76) med den provokativa rubriken "Sin & Sweden".<sup>11</sup> Han hade egentligen farit till Sverige för att skriva om den svenska kyrkans syn på moralfrågor, men från *Times* redaktion i New York fick han höra att ämnet inte var tillräckligt intressant för att motivera resan. Istället styrdes artikeln om till att handla om den svenska synden. Detta lär Brown under resan ha studerat "som en allt intressantare sidouppgift", enligt Kastrop.<sup>12</sup>

Brown var journalist och författare, uppvuxen i den amerikanska södern. Under kriget hade han varit fallskärmsjägare i Frankrike. Han hade blivit kvar i Europa efter freden och vid tiden för artikeln arbetade han som utrikeskorrespondent för *Time* och *Life* från London och Paris. Hans kännedom om Sverige var visserligen lika med noll, skriver Frederick Hale i en studie av artikeln, men han var en kreativ skribent, vilket inte minst framgår av hans framgångsrika romaner.<sup>13</sup>

Enligt Brown såg svenskar preventivmedel och aborter som en rättighet och föräldrar och lärare översåg med ungdomarnas lössläpplighet. Ogifta mödrar betraktades som hjältinnor och i skolan bedrevs sexualundervisning som skulle få den mest moderna amerikan att häpna. Artikeln innehåller en hel del sakfel, bland annat om den svenska abortlagstiftningen, men det är framför allt dess hårda vinkling som gjorde

många svenska företrädare upprörda, och även ledde till protester från diplomatiskt håll.

Var hade då Brown fått sin "information" ifrån? Det visar sig att han genom en lycklig slump redan samma kväll som han landat i Stockholm hamnat på en middag hos fotografen Anna Riwkin, där bland andra RFSU:s dåvarande ordförande Elise Ottesen-Jensen deltog. Brown ställde frågor om Sverige, sexualundervisning och moral, och lade gästernas svar på minnet. Senare använde han pratminus från middagen i sin artikel, trots att gästerna uppenbarligen inte varit medvetna om att de var på väg att citeras. Förutom Riwkins middagsgäster baseras artikeln på intervjuer som Brown genomförde med präster i Sverige, katolska såväl som protestantiska.<sup>14</sup>

Hale har intressant nog spårat en annan källa till Browns reportage: en kort artikel publicerad i *Birmingham Post* ett par månader före hans resa till Sverige.<sup>15</sup> Denna tidning hade dock relativt liten spridning och artikeln orsakade ingen större uppmärksamhet. Men med Browns version, som faktiskt direkt "lånade" citat från inspirationskällan, publicerad i en av västvärldens mest spridda tidskrifter, blev den svenska synden en etablerad och framöver ofta upprepad sanning i amerikanska medier.

1955 var året då Sverige som första land i världen införde obligatorisk sexualundervisning i skolan från sju års ålder. I konservativa amerikanska medier framställdes detta som att staten tog över det som borde höra till den privata sfären. Det var också i i det överreglerade svenska välfärdsamhället som orsakerna till alkoholism och den höga självmordstatistiken stod att finna.

Browns artikel kom att bestämma tolkningsramen för många andra Sverigereportage under de närmsta åren, även om det på sina håll fanns ambitioner att ge en mer nyanserad bild. När tidskriften *Look* hösten 1957 publicerar två reportage från Sverige domineras bilduppslagen av sommarbad, kyssande par och svenska flickor.<sup>16</sup> Den svenska mannen är alltid ställd i bakgrunden i amerikansk rapportering under denna tid. När han omnämns är det i rollen av pojkvän, men utan att utgöra någon allvarlig konkurrens för alla de amerikanska män som enligt medierna sägs söka sig till Sverige i jakt på svenska flickor.

Reportaget i *Look* 1957 utger sig handla om den obligatoriska sexualundervisningen i svenska skolor. Trots att den infördes bara två år innan artikeln skrevs, och trots att undervisningen 1957 ännu inte hade genomförts i alla skolor, görs en personanknytning genom ett ungt



svenskt par, som ska resa ut till en stuga på landet över helgen. Flickans mor blir synbarligen upprörd när reportern antyder att det kan vara olämpligt att skicka iväg dem utan övervakning: "It's too late to worry by the time they leave high school."<sup>17</sup> Kommentaren ackompanjeras av ett foto där modern tittar irriterat på reportern, samtidigt som det unga paret håller om varandra i bakgrunden.<sup>18</sup>

Efter denna artikel, som också beskriver den svenska abortlagstiftningen och den fria försäljningen av preventivmedel, följer ett bildreportage om den vackra, svenska flickan. Hon beskrivs enligt den gängse stereotypen som passionerat intresserad av friluftsliv, med en vig och

*Upprörd mor ur reportage om svensk sexualundervisning i Look den 3 september 1957. Fotograf: Robert Vose.*

kurvig kropp, persikohy och vita tänder. Hon använder sällan make-up och aldrig höfthållare. Vi får vidare veta att det är ovanligt med övervikt, att svenska flickor oftast betalar sin del av notan själva och inte backar för att bära tunga ryggsäckar.

Ett knappt tiotal svenska flickor avbildas med färgporträtt, som ett axplock av olika typer: blonda, brun- och rödhåriga, men alla söta och under 20 år. Att blond och blåögd ändå är normen framgår av bildtexterna: "The Swedish flag is the yellow and blue of the sun and sky. These colors are reflected in the flaxen hair and sapphire eyes that give so many Swedish girls a wholesome look." Miljöbeskrivningarna är knappa, alla utom en är bröstbilder, uppenbarligen tagna sommartid. En av flickorna har just kommit upp ur badet och beskrivs ha "the Valkyrian splendor of her Nordic ancestors".<sup>19</sup>

Tillsammans bekräftar de båda artiklarna föreställningen om den naturliga, svenska flickan, som älskar naturen och gärna badar naken om än inte på offentliga bad. Denna bild, som vi sett utvecklas från Zorn, över Garbo och Ingrid Bergman, blandas här upp – eller samman – med den svenska liberala synen på sex, aborter och preventivmedel.

Söta, svenska flickor var inget nytt i amerikansk press, men det som sker vid femtioalets mitt är att de förbinds med frigjort (eller omoraliskt, beroende på anlagt perspektiv) sexuellt leverne. Låt oss jämföra med den svenska rödakorsflickan på omslaget till *Life* 1950. I bildreportaget lyfts en bild av henne i baddräkt fram. Hon framstår som sportig och glad, och uppenbart road av det USA hon upplever för första gången. Men det finns inga antydningar om omoral. Hon är gift med en löjtnant i svenska armén och hon reser till Korea för att det är ett viktigt jobb att utföra – "not for the money".<sup>20</sup>

*Life* hade också ett år tidigare haft en svenska på omslaget: Haide Göransson. Hon hade av svenska *Se* valts till Sveriges idealflicka. Bakom hennes "well-scrubbed Swedish look" ligger, enligt artikeln, bara vanligt vatten och tvål.<sup>21</sup> Likartade formuleringar fanns vid tiden, som tidigare noterats, i otaliga reportage om Ingrid Bergman.

Vid sidan av sitt smörgårdsbord och fina glas, har Sverige sedan länge försörjt världen med vackra och fascinerande kvinnor, skriver *Life*, och exemplifierar med Jenny Lind, Greta Garbo och Ingrid Bergman.<sup>22</sup> På öppningsbilden sitter Haide på marken och äter jordgubbar, i en pose och med kläder som emellertid knappast får henne att se obesvärad och naturlig ut. Därefter följer bilder och bildtexter som visar hennes vardag. Vi får lära oss att hon bär sina väskor själv, låter sin mamma klippa hen-

nes hår och att hon aldrig går på diet. Liksom sina föregångare framträder hon följaktligen som ett mönster av nordisk naturlighet. Den nära relationen mellan svenskar och naturen återkommer i andra reportage. Svenskarna porträtteras som en blandning av moderna medborgare och naturfolk. Vikingatida myter sägs leva kvar i tron på tomtar och troll, samtidigt som svensken lever i sexuell, religiös och intellektuell frihet. Det finns en tydlig tendens till genusdifferentiering. Flickor – för kvinnorna är oftast unga – solar och badar, och ser ofta glada och nöjda ut. Männerna arbetar och tänker, med svårmodet till synes runt hörnet.

Ett tydligt exempel på denna differentiering finns i *Look* 1965. I vackra färgbilder av Irving Penn visas först den svenska naturen och den svenska kvinnan ("The beauty of Swedish women is not exaggerated; their amorality is."). Därefter följer svartvita bilder av allvarliga män: kung Gustaf VI Adolf, Ingmar Bergman, Bo Widerberg, Pär Lagerkvist med flera. Kvinnorna ligger i gröngräset – bara deras ansikten syns, snett underifrån som under en kärleksakt. Männerna avbildas mot en enfärgat grå bakgrund, med gester som signalerar intellektuell verksamhet (handen mot hakan, handen mot pannan, osv.). Den enda kvinnan i den svartvita portföljen – Harriet Andersson – har signifikativt nog fört tummen mot läpparna i en sensuell gest.<sup>23</sup>

Att kvinnan står närmare naturen än mannen är förstås en gammal föreställning som inte alls uteslutande applicerats på svenskor. Det är inte heller ovanligt att kvinnor har fått representera nationer och nationella karaktärsdrag, eller att naturlig skönhet framhålls, inte minst i amerikansk tvålreklam. Det unika i stereotypen om den svenska kvinnan ligger alltså inte i enskildheterna utan i den specifika kombinationen av naturlighet, blondhet och skönhet. En snarlik stereotyp som hos *Look* och *Life*, men med större betoning på sex, hittar vi i mansmagasinet *Playboy*. 1961 tittar tidningen närmare på svenska flickor. I ett knappt trettiotal färgbilder porträtteras påklädda, lättklädda samt avklädda svenskor, med korta bildtextpresentationer. Dessutom "analyseras" deras liv, leverne och psykologi i en lång essä. Bilderna visar – återigen – svenska sommarflickor, även om det är mulet och regnar på någon enstaka bild. Majoriteten är avbildade i icke-urbana miljöer: på badstränder, fritidsbåtar och i gröngräset. Men flera visar också flickorna i det moderna storstadslivet. Detta förklaras av att den längre texten betonar skillnaden mellan stad och land i Sverige. På landet råder konservatism, får läsaren veta, därför söker sig de levnadsglada svenska flickorna till Stockholm.<sup>24</sup>



Men inte ens i Stockholm – där Kungsgatan för ett ögonblick påminner skribenten om Manhattan – förlorar de svenska flickorna sin naturlighet. De är välklädda, men inte så utstuderat som i New York eller Paris. De kan påminna om "the all-American girl", men huden är osminkad ("unpowdered and unlotioned").<sup>25</sup> Och de älskar förstås att vistas utomhus – vintertid på skidor och skridskor, sommartid nakna i solen.

I ett Sverige, som av *Playboy* beskrivs som ett högst modernt land, med volvobilar och jazzklubbar, är den svenska flickan ännu okonstlad och ursprunglig.<sup>26</sup> I tidningens könsrollskonservativa värld genusdiferentieras svenskarna, så att kvinnan står för allt positivt (sommar, sex, naturlighet, humor) medan de svenska männen – i den mån de alls förekommer – beskrivs som melankoliska och tungsinta. På bilderna förekommer förstås männen inte alls, medan texterna skildrar dem som dystergökar:

[The Swedish woman] is greatly attracted to the foreign male, again in part because Swedish women outnumber men, but also because the hard-working Swedish male, in reality as well as in the films of Ingmar Bergman, has a penchant for analyzing life down to its stark, dry bones, in the process sometimes overlooking life's fleshy joys.<sup>27</sup>

Den arbetsamme, svårmodige och livsförnekande svenske mannen, såsom han beskrivs i *Playboy*, har kanske några av sina rottrådar kvar till den svenske immigranten i tidig amerikansk film och litteratur (se kapitlet Svenskar, vita som snö i del 1). Men framförallt tycks han härstamma från Ingmar Bergmans filmer. Regissören själv förstärker i intervjuer bilden av Sverige som en isolerad och deprimerande plats att vistas på:

It's perverse to have a city way up here. And so here we sit, feeling lonely. We're such a huge country; yet we are so few, so thinly scattered across it. The people here spend their lives isolated on their farms – and isolated from each other in their homes. It's terrible difficult for them, even when they come to the cities and live close to other people; it's no help really. They don't know how to get in touch, to communicate. They stay shut off. And our winters don't help.<sup>28</sup>

Ingmar Bergman säger inte att isoleringen endast gäller de svenska männen, och det är inte heller temat i hans filmer. Men för *Playboy* blir det den implicita slutsatsen. Till skillnad från tidskriftens sommarreportage om svenska flickor, utfördes intervjun med Bergman talande nog i februari i ett vintrigt Stockholm.

Avslutningsvis ett förtydligande: visst hör fotografierna och texterna om svenskor till ett schablonmässigt sätt att framställa flickor på. Andelen vinterflickor i *Playboy* är lätt räknade. Men oavsett om också andra flickor än svenska avbildas i gröngräset eller vid vattnet, producerar bilderna av just svenska flickor, tillsammans med texterna om dem, vissa specifika föreställningar om Sverige och svenskhet. Effekten skulle försvagas om alla nationaliteter gestaltades på samma sätt, vilket inte är fallet eftersom *Playboy*, för att skapa intresse för resereportagen, hade intresse av att framhålla skillnader och nationella karaktärsdrag.



Under det sena sextioalet tog Sverige definitivt steget från bondeland till att bli en del av den moderna världen i amerikanskt medvetande. I det nummer av *Life* från 1968 som nämnts ovan finns ett längre bildreportage om samtida svenskt mode. Det visar kläder av bland andra Inez Svensson, Katja of Sweden, Sighsten Herrgård och Gunilla Axén. Ett par av bilderna, fotograferade av Norman Parkinson, faller in i det ovan behandlade mönstret av svenska sommarflickor i gröngräset eller i skogen. Men de flesta är tagna i urbana miljöer. Som mest samtida framstår Marie-Louise De Geer i hennes och Carl Johan De Geers lägenhet, inredd med kampaffischer och popkonstmönster. Andra fotografier visar äldre miljöer (Gamla Stan, Rockelstad slott etc.) men dessa framställs som kulisser, som där en flicka i orange jerseydräkt krupit upp i knät på Gustav Vasa i Carl Milles staty. Också naturen blir en konstruktion i detta bildreportage där Sighsten Herrgårds unisexmode visas i ett av Botaniska museets dioramor.<sup>29</sup>

När ett tolkningsmönster blivit väl etablerat, går det lätt att variera och parafasera utan att mottagaren missar poängen. Mot bakgrund av tropen om den svenska, blonda flickan, kunde exempelvis *Playboy* också visa brunetter och rödhåriga svenskor. Bob Hope-filmen *I'll Take Sweden* från 1965, tar avstamp i föreställningen om det sexuellt amoralliska Sverige, men avviker – kanske omedvetet – från en del stereotyper. I filmen möter vi den ensamstående fadern Bob Holcomb som tar med sin dotter till Sverige. Tanken är att hon ska komma bort från den odåga hon vill gifta sig med, men Sverige visar sig förstås vara ett mer morallöst träsök än någonsin Kalifornien. Den amerikanska dottern ser ut som stereotypen av en svensk blond flicka, och hon uppvakts av en liderlig svensk man.

Sverigemiss i  
affärstidningen  
Forbes 1972.



Sverige iscensätts med ett korsvirkeshus, möbler i Scandinavian Modern, små Volkswagenbilar, och det musikaliska temat "I'll take Sweden, ja, ja, ja" (en scen på en brygga som ackompanjeras av låten är onekligen en av filmens höjdpunkter). Filmen parafaserar – eller kanske snarare reproducerar – föreställningar om ett fritt förhållande till sex i Sverige, i familjekomedins form. Till de chockerande vanorna i Sverige hör exempelvis "proväktenskap".

Till det mest anmärkningsvärda hör att stereotypen ”den dumma blondinen” flyttats över på Sveriges manliga befolkning, utan att poängen på något sätt går förlorad för den amerikanska publiken. Sensmoralen framgår när fadern inser att en amerikansk man – om än något lättsinnig – är bättre för dottern än en sexliberal svensk. Detta slags genusläckage tillhör emellertid undantagen i amerikanska skildringar av Sverige.

Bob Hope representerar i detta sammanhang en konservativ syn på familj och sexualitet, som kan ses som en reaktion på sextiotalets ungdomsrörelse. Även *Look*, *Playboy* och *Forbes* ger på olika sätt uttryck för en äldre generations syn på Sverige. Det är svårare att ur detta slags receptionsmaterial spåra hur amerikanska ungdomar uppfattade vårt land, även om det tycks som att mycket av den moraliska indignation som riktades mot Sverige, i grund och botten hade just dem som sitt primära mål. När jag fört ämnet på tal med amerikaner som var unga på sextiotalet har jag emellertid undantagslöst fått höra att Sverige framstod som ett föregångsland, och att de uppfattade sig själva och sitt land som så mycket mindre frigjort och avancerat.<sup>30</sup>

I början på sjuttioalet är den blonda, halv nakna, svenska flickan en så etablerad trop i samband med reportage om Sverige, att till och med affärstidningen *Forbes* placerar henne på omslaget till ett nummer som annars seriöst (och förvånansvärt positivt) diskuterar Sveriges ekonomiska politik.<sup>31</sup> Hon förekommer även i dussintals Hollywoodfilmer och teveserier, för det mesta under namn som ”Inga” och ”Ulla”.

Ulla, spelad av Lee Meredith, är en bikiniklädd sekreterare i Mel Brooks *The Producers* (1968; i Sverige även under titeln *Det våras för Hitler*). Att hon knappt talar engelska är betydelselöst för producenten som anställt henne som ”leksak” och kallar henne ”You Swedish tease”. Med jämna mellanrum börjar hon twista, och utbrister saker som ”We make love?”. 2005 gjorde Mel Brooks (producent) och Susan Stroman (regissör) en nyinspelning med Uma Thurman som Ulla (presenterar sig själv som Ulla Inga Hanson Benson Yonsen Tallen-Hallen Swaden Swanson...). (Se bild i del 1, s. 160.) *The Producers* gick även som musikal på Broadway 2001–7, och flera nya sång- och dansnummer inkluderades i den nya filmen. Den innehåller dessutom mängder av citat från 1967 års version, liksom från andra Mel Brooksfilmer. Uma Thurman citerar Lee Merediths twist, men får i filmen ett mycket större utrymme. I en nyttillkommen scen uppmanas hon städa kontoret. När producenterna kommer tillbaka är hon i färd med att måla allt – bokstavligen talat allt –

vitt. Hon visar sig alltså inte endast vara en sexig, svensk blondin som åter inlagd sill till frukost – hon är också en omedveten inredningsdesigner som föredrar att ha allting sparsmakat vitt.

*The Producers* är ett exempel på hur receptionsmönster överförs mellan generationer. Även om Ulla är en parodi på en stereotyp, förstärkte hon sannolikt sextiotalets amerikanska föreställning om den blonda, svenska flickan. Med nyinspelningen reproduceras hon till en ny generation biobesökare som inte var född när hon var som mest välbekant. Om detta vore det enda sammanhang som hon dyker upp i under senare decennier, skulle myten om den svenska flickan snart dö. Men det finns många fler exempel...

I *Boat Trip* (Mort Nathan 2002) är det för ovanlighetens skull en svenska som spelar svenska. Victoria Silvestedt är en av tolv "svenska" flickor som utgör "the Swedish Sun Tanning Team", i en film vars huvudberättelse är att två heterosexuella män av misstag hamnat på en kryssning för bögar.<sup>32</sup> Blonda, svenska flickor är långt ifrån den enda stereotypen, i en film vars själva grundkoncept utgörs av just stereotyper. En av de heterosexuella killarna, Nick, som stöter på Inga (Victoria Silvestedt), förklarar att han älskar svensk film (dvs. porrfilm) och att han är straight som en avgiftsbelagd väg i Oslo (rättas av Inga). Konkurrenterna i "the Hawaiian Sun Tanning Team" anklagar svenskorna för att ha köpt bröstimplantat på IKEA. I den avslutande scenen klättrar Nick upp på en alptopp för att återförenas med Inga, i en ort som anges heta "Gettzmüllersteigen, Sweden". Han stiger in i en alphydda med svenskar i folkdräkt, där han presenteras för Ingas yngre syster, också hon i bikini.

Användningen av stereotyperna om svensk synd och svenska blondiner har blivit alltmer ironisk, men därmed inte sagt mindre sexistiska. Ett exempel, som sannolikt *Boat Trip* inspirerats av, är Old Milwaukee's reklamkampanj från 1991, featuring "the Swedish Bikini Team". I reklamfilmer och på bilder associerades blonda "svenska" flickor i bikini med falliska ölflaskor.<sup>33</sup> Ironin är tidstypisk, men kanske också ett resultat av att stereotypen inte längre kan tas på fullt allvar. Kampanjen avbröts efter omfattande protester mot dess sexistiska innehåll, samt en stämningsansökan från kvinnliga arbetare vid bryggeriet.



Slagkraftiga bilder behöver varken vara sanna eller koherenta. Sverige framställdes både som ett land av medborgare kuvade under en socialis-

tisk statsapparat som drev befolkningen till alkoholism och självmord, och som ett samhälle där man fritt levde ut sin sexualitet. Bakom den svenska synden skymtar tidigare receptionsmonter om Sverige som ett exotiskt land där människorna lever närmre naturen än i det mer utvecklade och moderna Amerika. Som vi sett var detta en bild av Norden som Zorn förmådde exploatera vid sekelskiftet 1900. Lena Lennerhed har pekat på det paradoxala i hur svenskarna utmåla(de)s som å ena sidan "konformistiska, tråkiga och känslökalla, och å den andra som sexuellt utlevande". Detta kunde förklaras, i synnerhet avseende kvinnorna, med att den svenska promiskuiteten ledde till känslomässig avtrubbning.<sup>34</sup>

Lennerhed noterar vidare att den svenska synden inte återfanns på bordeller eller andra depraverade miljöer, utan "associerades med den unga, fräscha, naturliga flickan som utan betänkligheter hade samlag med sin pojkvän, utrustad med preventivmedel och med samhällets goda minne".<sup>35</sup> Sedan Zorn har den svenska synden utspelats i sommarsol, i fläktande bris och invid glittrande vatten.

Även om Ingmar Bergman – som vi ska studera närmare i följande kapitel – tveklöst är den filmskapare som haft störst inflytande på den amerikanska Sverige-bilden så är den svenska film som varit den största kassasuccén i USA gjord av en av hans elever: Vilgot Sjöman.

Filmen är förstås *Jag är nyfiken – gul* (1967).

Dess stora kommersiella framgång i USA och över hela världen hänger samman med de explicita sexskildringarna, som i debatten fullständigt överskuggade dess politiska ambitioner.<sup>36</sup> Dessa ledde till att den förbjöds i flera länder, däribland Norge och Finland, samt inledningsvis också i USA. Även om sexscenerna bara utgör en ytterst liten del av filmen som helhet.

Receptionens fokusering på sex innebar inte att den inte fick politiska effekter. Anders Åberg konstaterar att "[d]et var i USA som Nyfikenfilmerna, främst *Jag är nyfiken – gul*, kom att få sin största konkreta politiska betydelse, nämligen som en provosten för den amerikanska yttrandefrihetslagstiftningen".<sup>37</sup>

*I am curious (yellow)* distribuerades i USA av Barney Rosset, som ville utmana domstolarnas bedömning om vad som var obscen och därmed förbjudet att importera, transportera och visa. Filmen beslagtogs, enligt Rossets planer, av den amerikanska tullen och blev föremål för en rättslig prövning i maj 1968. Utslaget blev fällande, men överklagades till appellationsdomstolen där filmen friades. På delstatsnivå följde där-

efter en rad rättegångar, varav en överklagades till Högsta domstolen, där utslaget blev fyra för och fyra mot. Trots oklarheten i utslaget anses det vara *I am curious (yellow)* som bröt förbudet mot samlagsskildringar på film i USA.<sup>38</sup>

De rättsliga processerna och tidningskriverierna förstärkte intresset för filmen. Vincent Canbys recension i *New York Times* återgavs ordagrant i sin helhet i Evergreen Films bioannonser.<sup>39</sup> Närmare 6 000 personer lär ha sett filmen under premiärdagen i New York, och uppgifter gör gällande att den spelat in omkring 50 miljoner kronor 1970. "Det gjorde den med bred marginal till den mest framgångsrika utländska filmen genom tiderna i USA", skriver Anders Åberg.<sup>40</sup>

Sex blev från och med sommarfilmerna ett försäljningsargument för svensk film utomlands. Sommar-sol-naket utvecklades i filmer som Lars-Magnus Lindgrens *Änglar, finns dom* (1961, *Love Mates*) och *Käre John* (1964, *Dear John*), båda med Jarl Kulle och Christina Scholin i huvudrollerna. I slutet av sextioalet växte den svenska mjukporrfilmsbranschen med bland andra Inge Ivarssons ...*som havets nakna vind* (1968; i USA *One Swedish Summer* 1971) och *Kyrkoherden* (1970; *The Lustful Vicar*, med bland andra Jarl Borsén). Vid denna tid var Sverige, svenska flickor och sex så starkt associerade med varandra att orden kunde användas för att marknadsföra filmer som inte hade något alls med Sverige att göra. "Swedish films" denoterade samma sak på sextio- och sjuttioalet som "French films" hade gjort på tjugotalet.

## De svenska skatterna, självmorden och superiet

Nästan alla amerikanska tidskriftsreportage om Sverige som jag läst är gjorda på sommaren. Och nästan alla talar om de långa, svåra vintrarna. Bilderna av solbadande svenska flickor förklaras med att de måste utnyttja värmen och solen under de få sommarmånaderna. Att det visuella materialet inte visar några djupt deprimerade, självmordsbenägna svenskar förklaras med årstiden:

Watching the Swedish people's childlike enjoyment of summer – flags, balloons, maypoles flying and white sails scudding out to sea – you don't suspect them of melancholy, until you remember how long their winters are.<sup>41</sup>

Det svenska själsliga mörkret framstår därför som något av "det andra" i amerikansk rapportering. Det mytiska och exotiska, vilket man bara känner till från hörsägen, men aldrig betvivlar existensen av.

Det Sverige som på trettioalet kunde uppfattas som en utopisk blandmodell beskrevs på femtioalet som totalitär statsocialism. Den berömda svenska medelvägen är en återvändsgränd, skrev exempelvis utrikeskorrespondenten Norbert Muhlen. Samerna utsätts för rastrakasserier, de som arbetar sliter ut sig för att försörja lättingarna och svenskens liv är övervakat från vaggan till graven.<sup>42</sup> För att överhuvudtaget stå ut dränker svensken sig och sina sorger i alkohol. Avskaffandet av motboken 1956 blev en internationell nyhet med åtskilliga artiklar om hur svenskarna nu festade sig till döds som följd.<sup>43</sup>

De negativa reportagen från Sverige hade ofta politiska undertoner. Det fanns visserligen kommunister som kritiserade den svenska modellen från vänster, men den mesta kritiken kom från motsatt håll. Med det kalla kriget hade den politiska mittfåran flyttats långt högerut. 1959 publicerade *Saturday Evening Post* en större artikel av Peter Wyden med rubriken "Sweden: Paradise with Problems". Artikeln återkom i förkortat skick i *Reader's Digest* i mars 1960. Båda tidskrifterna hade stora upplagor och artiklarna togs även upp av de stora dagstidningarna. Till dem som läste Wyden's artikel hörde Dwight D. Eisenhower. Vid en republikansk frukost i Chicago den 27 juli 1960, inför partikonventet, sa presidenten att han nyligen läst om "a very friendly country" där experimentet med nästan fullständig statstyrning lett till katastrofal ökning av antalet självmord, dubbelt så mycket superi som i USA och en allmän brist på moderation. Erfarenheten av hur illa det kunde gå i andra länder visade, enligt Eisenhower, att "programs must be developed in what we call the great middle road".<sup>44</sup> Sverige nämndes aldrig vid namn, men såväl svensk som amerikansk press uppfattade omedelbart vilket land som pekats ut. Det var inte första gången som Eisenhower använde ett annat land för att kontrastera sin politik; 1954 hade Frankrike fått representera vad som händer när den kristna kyrkan förlorar inflytande. Visserligen tog den amerikanske presidenten två år senare tillbaka sitt uttalande om Sverige, men då var effekten på Sverigebilden ett faktum.<sup>45</sup>

Myten om de många svenska självmorden befästes ytterligare när den amerikanske läkaren Herbert Hendin 1964 kom ut med boken *Suicide and Scandinavia*.<sup>46</sup> De som verkligen läste boken fick emellertid en mer nyanserad bild av relationen mellan självmordsfrekvens och samhällsförhållanden. Hendins studie omfattar två länder med många självmord, Danmark och Sverige, samt ett med få, Norge. Teoretiskt grundar sig Hendin i freudiansk psykoanalys. Hans metod bygger på



kvalitativa intervjuer med ett fåtal personer, 25 i varje land, och för att kunna genomföra undersökningen lärde sig Hendin tala de nordiska språken. Förutom intervjuerna studerade han också skandinavisk kultur och diskuterar i boken såväl litteratur som film och serieteckningar. Att den svenske mannen är stel och har svårt att uttrycka sina känslor ser författaren avspeglas i Salon Gahlins skämtteckningar, där gubbarna har små munnar, ofta dolda av mustascher och stela kroppar.<sup>47</sup> Hendin diskuterar också Albert Engström och Pär Lagerkvist och relaterar deras konst till den svenska nationalkaraktären (som är ett begrepp som används i boken). Likgiltighet och destruktivt sinne finns också hos Ingmar Bergmans rollfigurer, enligt Hendin, och exemplifierar med riddaren i *Det sjunde inseglet* och professor Borg i *Smultronstället*.

Hendins könsstereotypa tänkande lyser igenom på många håll. Han konstaterar exempelvis att det är ironiskt att så många kvinnor känner sig osäkra på sitt utseende i ett land som är berömt för sina vackra kvinnor. De svenska männen beskrivs som tillbakadragna och passiva, och låter ofta kvinnorna ta initiativet. I allt är inte svenskarna så stela. Nakenhet är inte lika skambelagt som i USA och man kan se barn ända upp till fem-sex års ålder bada nakna. Inte heller vuxna blir lika panikslagna som i Amerika om de observeras nakna.<sup>48</sup>

Det är inte den svenska välfärden som orsakar de många självmorden, enligt Hendin. Trots höga skatter finns det stora möjligheter och utmaningar för den enskilda individen. Den viktigaste orsaken visar sig istället vara karriärslystnaden, inte minst hos de svenska mödrar som (alltför) tidigt lämnar bort sina barn: "The woman simply does not like to care for her child and she prefers to go back to work. Sometimes both husband and wife are more concerned with the things they can buy with their combined earnings than they are with the child's reaction to a separation from the mother."<sup>49</sup> För att bli av med barnen så tidigt som möjligt forceras den ur freudianskt perspektiv så vanskliga pottträningen. Männen försöker kompensera för den tidiga separationen från modern genom stark känslokontroll och utvecklandet av kraftig tävlingsinstinkt. Misslyckas han i karriären kan han bli suicidal. Kvinnornas separationsproblem kan avhjälpas genom en stabil relation till en man, men på grund av männens passivitet kan problemen förstärkas med självmordstankar som följd.<sup>50</sup>

I Hendins tolkning kunde till och med Sveriges tillåtande politik gentemot Nazityskland förklaras mot bakgrund av den svenska nationalkaraktären.<sup>51</sup> Men freudianska nationalitetsanalyser blev inte det

tongivande draget i den amerikanska uppfattningen om Sverige under sextiotalet. Istället kan man, enligt Kastrup, se hur Sverige blev till ett avskräckande exempel på socialism. Den yttersta högern spred artiklar och broschyrer till radio, teve och press. En särskilt aktiv "propaganda-central" var *The National Educational Program* i Searcy, Arkansas, vars skrift *The Truth about Welfare States* pryddes av en stressad cyklist. I socialismens Sverige cyklade folk i stället för att ta bilen, och skribenten ansåg att Sverige därför borde ha en cykel i sin vapensköld.<sup>52</sup> En mardröm för varje amerikan.

Den amerikanska författaren Taylor Caldwell skrev att i Sverige rådde likformighet: "alla liknade varandra på pricken. Kvinnornas kläder var nästan exakt likadana, av gott material men fullkomligt stillösa. Barnen såg ut som ärtor i en ärtskida. Männens rörelser som automater och ingen kunde se skillnaden mellan en professor och en murare. [...] Jag såg in i svenskarnas ögon och det var som att se in i ett tomt glas, bakom vilket ingen själ var i rörelse."<sup>53</sup> Liknande beskrivningar finns på andra håll. I en ledare i *Richmond News Leader* från augusti 1962 ställs frågan:

What does one do in Utopia? One despairs... There is no unemployment problem at all. If there is nothing else for the people to do, they can always be employed in the large and luxurious (and crowded) homes for alcoholics, unmarried mothers, and the mentally ill. And all of this prosperity is not propped by, or drained by, any expenditure on armament or defense. Neutrality is the key to Sweden's prosperity... It is a life that exalts reason – and the suicide rate is astronomical... It is a life that promises a bright world to future generations – and future generations are not given birth... It is the full, the final neutrality – the neutrality of the vegetable. To those who say that life with slavery is not to be preferred to death with honor, Sweden answers with a typical compromise. Life, or death? – why choose? She combines them.<sup>54</sup>

Marquis Childs, som tjugo år tidigare varit med om att skapa den positiva bilden av Sverige, blev nu erbjuden stora pengar om han i en artikel förklarade att allt han tidigare sagt om Sverige var fel.<sup>55</sup> Han lät sig emellertid inte köpas, även om hans bild av Sverige kom att förändras under efterkrigstiden.

Under Kennedyadministrationens tidiga år förbättrades Sverige-bilden något och det skandinaviska landets goda ekonomi, höga säsätsättning, fredliga arbetsmarknad och generella välfärdspolitik framhölls. Samtidigt fortsatte Sverige att vara ett tillhygge i den politiska kampen:

Det är visserligen riktigt att Sverige i början av 1960-talet, och särskilt 1962–63, hade en utomordentligt god press i USA, men det var inte fråga om idel positiva kommentarer, utan det förekom också kritiska inlägg, ibland mycket kritiska. Liksom den redan berörda, från sydvästra Amerika utgående ultrakonservativa propagandan var dessa ofta att betrakta som inlägg i den inhemska politiska debatten: man målade Sverige i mörka färger därför att man för Amerikas del eftersträvade helt andra målsättningar än dem som Sverige ansågs företräda. På sina håll var man nog nästan livrädd för Sverige som förebild.<sup>56</sup>

David Jenkins konstaterar i sin omfattande och kritiska bok *Sweden and the Price of Progress* 1968, att även om det mesta som skrivits om Sverige i utlandet varit positivt, så är mängden absurditeter ändå noterbar.<sup>57</sup> Och Kathleen Knott frågade sig: "Does any country bring out the worst in a writer as readily as Sweden?"<sup>58</sup>

Under Vietnamkriget ökade återigen den negativa pressen om Sverige, i synnerhet efter det svenska erkännandet av Nordvietnam 1969 och statsminister Olof Palmes jultal 1972, som följde på de amerikanska bombningarna av Hanoi:

Det man nu gör det är att plåga människor. Plåga en nation för att förödmjuka den, tvinga den till underkastelse under maktspråk. Och därför är bombningarna ett illdåd, och av det har vi många exempel i den moderna historien. Och de är i allmänhet förbundna med ett namn:

Guernica, Oradour, Babij Jar, Katyn, Lidice, Sharpeville, Treblinka.

Där har våldet triumferat. Men eftervärldens dom har fallit hård över dem som burit ansvaret.

Nu fogas ett nytt namn till raden, Hanoi julen 1972.<sup>59</sup>

Den officiella amerikanska reaktionen blev hård. President Nixon kallade hem den amerikanska ambassadören från Stockholm, och de diplomatiska förbindelserna mellan Sverige och USA trappades ner till ett minimum under åren 1972–74.<sup>60</sup>

Den amerikanska bilden av Sverige som ett endast lätt förklätt kommunistland har antagligen aldrig varit starkare än vid denna tid. Hos den stora del av befolkningen som stödde kriget förbättrades inte Sveriges image av att vara ett av de länder som tog emot amerikanska desertörer.<sup>61</sup> Ändå var många amerikaner fortsatt positiva till Sverige. I mars 1973 genomfördes en gallupundersökning i USA, som bland andra innehöll frågor om synen på Sverige.<sup>62</sup> Det är alltså vid den tid när de officiella relationerna mellan länderna var som sämst. Trots att undersökningen gjordes efter det första avslöjandet av Watergate, fick president Nixon ett starkt stöd: Nästan 54 procent gav sitt samtycke till hur

han skötte presidentskapet, medan 36 procent sade sig inte samtycka och 10 procent saknade uppfattning i frågan.

I undersökningen fick Sverige visserligen plusbetyg av 71 procent på frågan om hur mycket man gillade/ogillade olika länder, men endast drygt 26 procent gav Sverige högsta eller näst högsta betyg. Detta kan jämföras med Kanada som fick högsta betyg av 36 procent och näst högsta av 22 procent. Också Storbritannien fick bättre betyg än Sverige. Till dem som angav Sverige som ett ovänligt sinnat land (2,7 procent) och dem som sade sig ha blivit mer ovänligt inställda till Sverige under de senaste åren (17 procent) ställdes följdfrågan "Vilken är huvudskälet till att du känner som du gör för Sverige?" 36 procent svarade "Sweden welcomes deserters"; 18 procent, "Sweden allows immoral sex life"; 11 procent, "Sweden has always criticized us for Vietnam". Endast en procent uppgav Palmes jultal som skäl, två procent att Sverige var ett kommunistland och knappt fyra procent "Socialism".<sup>63</sup>

Tre år senare, våren 1976, utfördes en ny gallupundersökning.<sup>64</sup> Andelen som gav Sverige plusbetyg hade då stigit till nästan 77 procent, men andelen högsta eller näst högsta betyg hade sjunkit något, till knappt 25 procent. Kanada, Schweiz, Australien, England och Holland fick alla bättre betyg än Sverige.<sup>65</sup> Några följdfrågor om skälen till anti-patier för Sverige ställdes inte i denna undersökning.

Siffrorna pekar mot att sympatierna för Sverige visserligen kan ha mattats något under första halvan av sjuttioalet, men att de politiska och diplomatiska konflikterna ändå hade en ganska marginell effekt. Någon omfattande köpbojkott av svenska varor förekom inte heller.<sup>66</sup> Som motvikt till den lilla skara som aktivt uttryckte sitt ogillande av Sverige, fanns ju även den växande andel av det amerikanska folket som motsatte sig kriget i Sydostasien.

Hos dem som verkligen tyckte illa om Sverige i undersökningen 1973 var som framgår ovan Vietnamkriget och den svenska synden de i särklass mest avgörande skälen. Även om Sverige också fortsättningsvis har mötts av välvilja hos amerikanska medborgare, finns det ännu på 2000-talet en liten, men högljudd skara, som placerar Sverige nära helvetet. I samband med Tsunamikatastrofen vintern 2005 hamnade den rabiata, homofoba pastorn Fred Phelps i Topeka, Kansas, på löpsedlarna med budskapet att flodvågen var Guds straff mot de syndande svenskarna.

Knappast mindre konservativ, men med betydligt större åhörarskara hänvisar tevestjärnan Bill O'Reilly på Fox allt som oftast till Sve-

rige som ett spritindränkt, socialistiskt, suicidalt och sexliberalt land. Sverige står för allt ont som är tänkbart i ett västland. Exempelvis har homosexuella i Sverige rätt att gifta sig vilket fått som följd att allt färre heterosexuella väljer att viga sig. Det kvasi-socialistiska Sverige, där allt är tillåtet och staten tar hand om medborgarnas liv från vaggan till gravsten, toppar föga förvånande den globala självmordsstatistiken. Ovanpå allt annat elände är landet gudsfrånvänt – 85 procent av svenskarna tror inte på Gud (i O'Reillys värld liktydigt med den kristne guden).<sup>67</sup> O'Reilly har aldrig nämnvärt brytt sig om att kolla fakta. Han levererar sina argument med hög röst i slagkraftiga one-liners i teve-showen *The O'Reilly Factor*. Mindre slagkraftiga är hans krönikor som dock publiceras i många lokaltidningar. Stereotyper är som sagt sega strukturer och reproducerad av kändisar som O'Reilly har denna Sverigebild en god överlevnadsmöjlighet. Om än främst i högermarginalen.

# TIME

THE WEEKLY NEWS MAGAZINE



MOVIE DIRECTOR  
INGMAR BERGMAN

## Ingmar Bergman– vår dalahäst i världen?

No one has contributed quite so much to an outsiders view of Sweden as Ingmar Bergman. It is through Bergman's films that we look for a confirmation of those preoccupations which we have come to accept as decidedly Swedish. The chilly but transcendent humanism – the pantheistic absorption in the cycle of nature, the rejection of wintry pragmatism (be it religious or psychological) – describes an emotional posture of the state of isolation which is at once both desirable and repugnant.<sup>1</sup>

Citat är hämtat från en utställningskatalog för svensk samtidskonst i New York 1982, och skrivet av Alanna Heiss, initiativtagare till och direktör för samtidskonstinstitutionen P.S.1 Contemporary Art Center i New York. Det är på flera sätt belysande för den amerikanska synen på Ingmar Bergman och Sverige. Hade utställningen hållits på svensk mark hade det varken varit självklart att använda Ingmar Bergman som referens, eller se hans filmkonst som ett uttryck för något typiskt svenskt. På hemmaplan har han aldrig uppfattats som representativ för Sverige. Vid ingången till åttiotalet uppfattades han snarast som en företrädare för en specifik, borgerlig världssyn, som enbart omfattades av en liten minoritet svenskar. I USA var situationen uppenbart annorlunda. Bruket av Bergman i citatet tycks tänkt att skapa en gemensam utgångspunkt med läsarna, i diskussionen om de teman som aktualiseras i utställningen. Medan Bergman betraktades som ett undantag i sitt hemland, ansågs hans filmkonst i USA uttrycka essentiellt svenska synsätt och problem.

Bergmans filmer har haft ett stort genomslag i USA. Det finns många exempel på hur de fungerat som självklar referenspunkt i skämtteckningar, serier, filmer, reklam, samt förstås i diskussioner om kultur och Sverige. Att scener ur Bergmans filmer ofta parodieras i populärkulturen är ett tydligt tecken på hur välkända de är för en bred amerikansk

*Med USA i sikte.  
Time den 14 mars  
1960, omslag av  
Boris Chaliapin.  
© Time Inc.*

publik. Förekomsten av visuellt slagkraftiga scener, som Döden i *Det sjunde inseglet*, är ett viktigt skäl till att Bergmans filmer kan utnyttjas i populärkulturella referenser, även om många i publiken kanske inte sett bildkällan i sin originalkontext. Dessa scener har "a cultural frame of reference that transcends the medium, the time, and the filmmaker's original intentions with the work", skriver Steene.<sup>2</sup>

I en kommentar på filmsajten IMDB berättar en person hur dråplig han tyckte George Coes och Anthony Lovers kortfilm *De Düva* (*The Dove*, 1968; notera stavningens COE) var när han såg den på sjuttioalet – detta trots att han vid tiden inte sett någon Bergmanfilm. Parodin fick honom faktiskt att gå och se just *Det sjunde inseglet*. Vid de tidiga visningarna av *De Düva* var publiken ofta helt oförberedd eftersom den gick som oannonserad förfilm. Andra läsarkommentarer vittnar om att de först trodde att det var en "Bergmanfilm" och att skådespelarna faktiskt talar svenska.<sup>3</sup> (Språket är ett slags sjungande svengelska med lätt östeuropeiska inslag.) I *De Düva* duggar stereotyperna tätt om Sverige i allmänhet och Bergmanfilmer i synnerhet. Den är svartvit, liksom Bergmans filmer var vid tiden. I inledningsscenen syns en duva mot en molntung himmel. Vinden viner i mikrofonen. Karaktärerna växlar mellan dysterhet och barnlig lekfullhet, liksom naturen mellan höst och försommar. Replikerna implicerar filosofiska och psykologiska djup och åtföljs ibland av laddade tystnader. Högt och lågt blandas. När döden nackar duvan med en badmintonracket förvandlas den till en kalkon. Filmens faktiska transportsträckor betonas. Givetvis förekommer nakenbad, incest, homosexualitet och tidelag. Det dricks kaffe och sjungs till dragspelstoner, och en av huvudrollsinnehavarna heter Inga.

Även om det är flera Bergmanfilmer som har inspirerat de enskilda scenerna, är den bergmanska iscensättningen lätt att känna igen även av dem som inte är bekant med de enskilda referenserna. Detta kan förstås som att Bergman, åtminstone vid denna tid, hade en särartad (och till synes lätt kopierbar) stil.

En förklaring till att Bergmans filmer blev så välkända, trots att de huvudsakligen visats på art cinemas, är att de länge ingick i standardutbudet på universitetens filmklubbar, samt filmhistoriska kurser. Många amerikaner med college-utbildningar har därför sett en eller flera av dem. Och för denna grupp tycks inga andra svenska kulturuttryck ha satt lika djupa spår.

Det finns många faktorer som påverkar hur en film uppfattas. Filmens ursprungsland (COO) skapar vissa förväntningar och aktualiserar



viss förförståelse, liksom dess regissör och skådespelare. Reklam, foton, förhandsartiklar och recensioner utövar också stor påverkan. Till de yttre faktorer som bidrar till hur filmen tolkas och förstås hör också vad slags lokal den visas i. En art cinema skapar andra slags förväntningar än en drive-in-bio.<sup>4</sup>

Idag är emellertid situationen en annan. Det akademiska intresset har förskjutits bort från auteur-filmen mot undersökningar av olika slags populärkulturella uttryck. Utländsk film möter en mindre amerikansk publik än någonsin tidigare; art cinemas visar numer företrädesvis inhemsk independentfilm. Från att ha utgjort omkring tio procent av filmutbudet 1960 har andelen utländsk film på amerikanska biografer legat på under en procent under de senaste tjugo åren. Endast 250 av landets 30 000 art cinemas uppges regelbundet ha visat utländsk film 1997. Istället har det blivit vanligt att amerikanska filmproducenter gör remakes av utländska filmer.<sup>5</sup> Hos de vanliga videobutikerna ligger andelen utlyrd utländsk film på samma låga nivå,<sup>6</sup> medan en nischmarknadsoperatör som *Netflix* uppger att andelen utlyrd utländsk film hos dem under 2005 låg på strax under sex procent. De mest framgångsrika utländska filmerna var asiatiska kampfilmer.<sup>7</sup>

Studieobjektet för detta kapitel kan förläggas till tiden från femtiotalets slut till åttiotalets början. Perioden kan beskrivas i termer av Bergmans produktion, från *Det sjunde inseglet* (dess andra visning i USA 1959) till *Fanny och Alexander* (1982), eller i receptionsteoretiska termer, som perioden från existencialismens genombrott i USA till de postmoderna teoribildningarnas genomslag på universitetens filmkurser. I *New York Times* citeras 1997 Peter Brunette, lektor i filmvetenskap: "Most people would feel funny teaching a course on Ingmar Bergman today. It seems old-fashioned you know, the great white European artist. Now the academic world looks at film as a function of culture."<sup>8</sup> Att Alanna Heiss refererar till Bergman kan därför uppfattas såväl som ett uttryck för hennes generationstillhörighet, klass och bostadsort, som för att hans *Fanny och Alexander* hade fått förhandspublicitet i New York vid tiden för utställningen.<sup>9</sup>

## Bergmans spår

USA betraktades under femtiotalet åter som en lovande marknad för svensk film och Ingmar Bergman fick starkt stöd från SF vid lanseringen i Amerika. Den amerikanska pressen bearbetades på förhand,

och positivt mottagande i USA återgavs triumfatoriskt i den svenska fackpressen.<sup>10</sup> Detta följer mönstret att framgångar på andra sidan Atlanten används för att förstärka svensk självkänsla och inhemskt kulturellt kapital.

Bergman själv tycks ha haft ett mer ambivalent förhållande till USA, men han var knappast oberörd av den enorma succé som hans person och filmer mötte där. Räknat i såväl publik som positiva recensioner var mottagandet i USA betydligt mer entusiastiskt än i Sverige perioden 1959–82. Ett uttryck för den intresserade amerikanska receptionen är att hans filmmanus publicerades i USA 1960, innan de gavs ut på andra språk inklusive svenska. Samtidigt vidhåller Bergman konsekvent att filmerna görs för den skandinaviska marknaden:

Vänta, vänta... bror ska få höra, det ligger till på det sättet... Jag tycker det här med utlandet är väldigt livat men jag kalkylerar alltid med filmer på det sättet, att dom ska om möjligt hålla sig på den skandinaviska marknaden... Jag försöker alltid gestalta ämnen så att dom vänder sig till en inhemsk publik eller i varje fall ska dom inte behöva basera sig ekonomiskt på några utlandsintäkter.<sup>11</sup>

Bergmans perspektiv på utlandslanseringen förefaller bottna i hans uppfattning om filmkonsten som ett dialogiskt medium. Han nappade aldrig på några anbud från Hollywood att komma över och göra film där, även om han vid två tillfällen gick med på att använda amerikanska skådespelare och finansärer (*Beröringen* och *Ormens ägg*).<sup>12</sup> I flera sammanhang har han framhållit sin syn på film som ett samtal mellan regissören och hans publik och uttryckt farhågor om att han varit otydlig. Samtidigt är det uppenbart att den amerikanska publiken många gånger varit benägen att delta i dialogen med regissören, trots eventuell språkförbistring. En måttstock på detta är dagstidningarnas insändarsidor som periodvis varit fyllda av kommentarer kring filmerna. Medan insändare i Sverige ofta givit uttryck för kritik av (vad som uppfattats vara) Bergmans politiska eller religiösa åsikter, eller det osedliga innehållet i hans filmer, är amerikanska insändare påtagligt ofta tolkningar av, och diskussioner om, filmernas innehåll och symbolik.

Överflyttad till en annan kulturell kontext än regissörens, eller mottagna på ett annat språk (textade eller dubbade), tilltar sannolikt differenserna mellan publikens tolkning av filmen och upphovsmannens. I filmstudier har begreppet "produktiv felläsning" ibland använts i analysen av receptionen av filmer som korsat kulturgränser.<sup>13</sup> Även

om det ur regissören Bergmans perspektiv kan tyckas otillfredställande att missförstås kan de nya betydelselager som produceras i ett annat land mycket väl förstärka upplevelsen av filmen. Ett exempel, som jag själv upplevt som lärare i USA, är hur *Döden* (Bengt Ekerot) i *Det sjunde inseglet* uppfattas som än mer komplex på grund av sin "komiska" röst. Det komiska ligger i den i amerikanska öron sjungande svenskan (dvs. den varierande tonhöjden), som förstärker gestaltens ambivalenta karaktär av att vara sanningssägare och bedragare.

När det kommer till Bergman är det därtill viktigt att hålla i minnet att receptionen förändrats över tid. Detta har både att göra med generella förändringar av Sverige-bilden (till vilka Bergman förstås också bidragit), och med hans förändrade status, från okänd svensk regissör till internationell ikon. Under de första åren, fram till 1959, nådde Bergmans filmer endast en liten amerikansk publik, och kritiken var rätt ljum. Det var inte heller regissören som stod i centrum för vare sig marknadsföring eller reception, utan filmerna uppfattades i första hand som svenska eller europeiska, och utifrån sin genre-tillhörighet. Med Mattsons *Hon dansade en sommar* (1951) och pressbevakningen av den svenska synden hade det vid femtioalets mitt etablerats en bild av Sverige som osedlighetens hemort på jorden. (Jämför föregående kapitel.) Det var denna image (PCI) som användes i marknadsföringen av Bergmans filmer, och det var denna Sverige-bild som publiken ville få bekräftad på den vita duken.

Polariseringen mellan populärkultur och finkultur, mellan lowbrow och highbrow, tenderar att dölja att det delvis fanns samma incitament för New York-publiken att se europeisk importfilm, som för den mellanvästernpublik som föraktfullt påstås ha lidit sig igenom långa obegripliga dialoger för att skymta några sekunder av naken hud.



I den mån Bergmans tidiga filmer recenserades var, som sagt, mottagandet svalt och recensenterna var noga med att distansera sig från det som uppfattades vara skälet till att de drog publik. Som framgått av föregående kapitel kritiserades *Sommaren med Monika* för att vara spekulativ. *Variety* presenterade *Gycklarnas afton* (1953; amerikansk premiär 1956) som "a controversial Swedish import with stress on sex and morbidity",<sup>14</sup> medan *Bosley Crowther* i *New York Times* visserligen noterar att Harriet Andersson hade en kropp värd uppmärksamhet, och att

man fick se en hel del av den, men var för övrigt sval i sin bedömning av filmen:

This kind of picture making has a certain poetic quality that is effective in some atmospheric stretches, such as the setting up of the pitiful little circus in the rain or the snooping of the wistful bareback rider in the wings of a theatre stage. [---] But the total effect of so much lushness and moody symbolism to tell a tale that is so utterly maudlin and old-fashioned is at first oppressive, then provocative of laughs. An audience yesterday was mildly hooting at some of the more elaborate bits.<sup>15</sup>

Woody Allen berättar om hur han som rödhårig tonåring i Brooklyn såg *Sommaren med Monika* eftersom han hört ett rykte om att den visade en ung kvinna som sam omkring helt naken. Han var vid den tiden fullständigt ointresserad av regissörens namn.<sup>16</sup>

Bakgrunden till intresset för europeisk film låg i Hollywoods självpåtaga förbud mot explicit erotik på film som införts 1934. Under femtiotalet öppnades ett stort antal art cinemas som ofta visade europeisk film med ett mer eller mindre uttalat erotiskt innehåll. Oavsett filmernas genre eller tematik, var det det erotiska innehållet – liktydigt med avklädda kvinnor – som framhölls i annonser och på affischer. Birgitta Steene och Maaret Koskinen har uppmärksammat hur översättningen av Bergmans filmtitlar växlar in dem på det svenska synd-spåret. *Sommarlek* (1951) blev *Illicit Interlude* (senare *Summer Interlude*) i USA, *Kvinnors väntan* (1952) översattes med *Secrets of Women* och *Gycklarnas afton* blev *The Naked Night*.<sup>17</sup>

Inte sällan visades de europeiska "konstfilmerna" i kraftigt nedskuret skick också utanför storstädernas *art cinemas*. Jack Stevenson har beskrivit hur *Sommaren med Monika* i nedklippt skick, från 97 till 65 minuter, turnerade på drive-in biografer i Mellanvästern. Distributörer var Krogar Babb och David Friedman som efter en del förvecklingar hade lyckats få SF:s tillstånd att visa sin nedklippta version, trots att rättigheterna till filmen redan sålts till Janus Films.<sup>18</sup> Den svenska titeln lät emellertid som om det handlade om ett konfirmationsläger, tyckte Friedman, som ändrade den till *Monika, the Story of a Bad Girl*. Dessutom försågs den med ny filmmusik och dubbades till engelska. Denna version reste runt i USA i nästan fem år och nådde vid denna tid antagligen än en större publik än den oklippta versionen.<sup>19</sup>

Bergman var också ofrivilligt med om att filmerna kompletterades för att bättre möta den amerikanska marknadens förväntningar. *Som-*

*marlek* kompletterades med extra badscener som den amerikanska distributören Gaston Hakim Productions filmade på Long Island. De togs i motljus för att ge illusionen av de nakenbad som vid tiden förknippades med svensk film.<sup>20</sup> Det tycks ha varit just dessa extra naketscener som ledde till att filmen beslagtogs i Los Angeles den 5 februari 1956. Den lokala distributören dömdes till böter och domaren förklarade att filmen "...appeals to potential sex murderers...".<sup>21</sup>

Även *Det sjunde inseglet* marknadsfördes först efter det mönster som tidigare upprättats för svenska sommarfilmer och för annan europeisk film.<sup>22</sup> I tidningsannonserna ses en leende flicka i fotsid kappa peka mot en flyende demon på ett schackspel. Ingmar Bergmans namn är tryckt i liten stil. Istället betonas citat som "Hits you between the eyes, a challenge", "A vigorous mental stimulus... has terrific motivation, prodigious impact, tremendous force and imposing artistry".<sup>23</sup> Men med *Smultronstället* (*Wild Strawberries*) sommaren 1959 växlar distributören Janus in på ett annat spår. I allt högre utsträckning blir det "mästaren Bergman" som lanseras, på erotikens och de kvinnliga filmstjärnornas bekostnad.<sup>24</sup> I en annons publicerad i juni 1959 höjer Bibi Andersson (dock utan att nämnas vid namn) ett glas champagne: "A Toast to a Masterpiece." Det finns även en tecknad bild – som på de flesta av Janus annonser vid denna tid – av en flicka som täcks av blad och smultron, samt texten: "Ingmar Bergman's Wild Strawberries." Regissörens namn är denna gång satt i versaler, och som ytterligare förtydligande står direkt under flickan: "written and directed by INGMAR BERGMAN. Distributed by Janus Films."<sup>25</sup>

Också recensionscitaten i annonsen skiljer sig från *Det sjunde inseglet*. I flera betonas regissörens betydelse: "Ingmar, a poet with the camera...", "Ingmar Bergman has made a movie out of such a wealth of images of unusual power that if such were cut into more conventional films, a few of them would be enough to haunt a whole movie", "'Wild Strawberries' has the stamp of Ingmar Bergman's genius" samt "Bergman's camera is matched by the beauty and power of his lines...". Ett par veckor senare har filmannonsens layout ändrats något. Ur en kullvält korg överst regnar smultron över flickan längst ner. Smultronen blir liktydiga med det beröm som östs över filmen: "Ingmar Bergman is one of the most peculiarly gifted and demoniacally creative movie-makers of modern times. 'Wild Strawberries' has been widely acclaimed as his masterpiece", citeras ur *Time*.<sup>26</sup>

Under hösten gör Janus Films ytterligare en förändring i annonsen.

Flickan med blad och smultron förses med en dekorativ tavelram, som signalerar mästerverk, samtidigt som ordet "masterpiece" i ovan återgivna *Time*-citat sätts i väsentligt större och fetare grad.

*Smultronstället* visades under sex månader, sommaren och hösten 1959. Under hösten gick även *Ansiktet* (*The Magician*) och *Nära livet* (*Brink of Life*) upp på Manhattans biografer. Dessutom visades åter *Det sjunde inseglet* och *Sommarnattens leende*. Att flera filmer, med samma ensemble, visades mer eller mindre samtidigt, inpräntade regissörens och skådespelarnas namn i publikens medvetande.<sup>27</sup>

Samtidigt som filmerna rullade på biograferna fylldes tidningarna med artiklar om den svenske regissören. Det började sommaren 1959 med att Janet Flanders från Paris rapporterade i *The New Yorker* om hur Bergman var samtalsämnet för dagen bland franska kritiker och cineaster.<sup>28</sup> Ett halvår senare publicerades en lång artikel om Bergman i *New York Times*, med rubriken "Another Bergman Gains Renown."<sup>29</sup> Vid denna tid var ju Ingrid ännu den mest berömde bäraren av efternamnet Bergman.<sup>30</sup> Samtidigt skriver Arlene Croce i *Commonwealth* att "Ingmar Bergman, as almost everybody knows by now, is the hottest director on the international scene today", och att Manhattan börjat likna en ö, fullständigt omgiven av Ingmar Bergman.<sup>31</sup> Croce kommenterar vidare att många missar hur djupt förankrad Bergman är i en distinkt svensk filmtradition. Hon nämner landskapets betydelse, bruket av allegorier, legender och fantasier, liksom dualismen mellan ljus och mörker. Trots denna markering mot andra kritiker skriver Croce in sig i den gängse amerikanska synen på Bergman som en existencialistisk filmare.

Förutom mängder av kortare recensioner och artiklar kan Bergmanfebern exemplifieras med en serie om tre längre artiklar hösten 1959 i *New York Herald Tribune*,<sup>32</sup> ett stort bildreportage i *Life* den 22 februari 1960, samt att han var omslagspojke på *Time* den 13 mars 1960 och *Saturday Review* den 27 augusti 1960. En annan måttstock är den ström av insändare i dagstidningarna som diskuterade filmerna och recensionerna.

Målet med marknadsföringen av filmerna tycks ha varit att locka en mer sofistikerad publik än den som såg utländsk film för de explicita naketscenernas skull.<sup>33</sup> Eller kanske bättre uttryckt: Janus Films fick, genom tilltalet i annonserna, publiken att känna sig mer sofistikerad. Skålar i champagne och guldramar som omgärdar mästerverket associerade till finkultur och europeiskt kulturellt kapital. Denna förändring sker alltså parallellt med att regissören Bergman sätts i fokus.



Men Bergmans genombrott måste också förstås mot bakgrund av socio-kulturella förändringar i USA under femtio- och sextiotalen. Birgitta Steene pekar på de stora ungdomskullarnas betydelse, utbyggnaden av universiteten, och att filmstudier blev en del av kursutbudet.<sup>34</sup> Redan under tidigt femtiotal fanns ett tydligt samband mellan utbildning och preferenser för utländsk film, men vad Janus Films lyckas med, enligt Miller, är att marknadsföra Bergmans filmer på ett för den yngre generationen tilltalande sätt. Samtidigt förvandlades Bergman till ett varumärke, genom betoningen av regissören i annonserna: "Bergman's Wild Strawberries". Tendensen att framhålla regissören som viktigare än skådespelarna avspeglas även i lanseringen av andra europeiska filmare vid denna tid (Fellini, Godard, Antonioni etc.).<sup>35</sup>

Med marknadsföringen av *Ansiktet* avstod Janus Films helt från flickor i annonserna. Istället inramas annonserna av spindelväv, döds-skallar, fladdermöss och en mörkt sminkad Max von Sydow. Valet att marknadsföra filmen som en traditionell skräckfilm kan synas överraskande, men förklaras av Miller med att Janus Films sökte en bredare publik. Filmen visades både textad och dubbad, och en undersökning i Minneapolis visade att publiken föredrog den dubbade versionen. På en och samma gång dubbad och textad, skräckfilm och konstfilm, blev *Ansiktet* en än större publiksuccé än *Smultronstället*, som i sin tur hade varit mer framgångsrik än *Det sjunde inseglet*. Även annonserna för *Jungfrukällan* (*The Virgin Spring*) 1960 minner om skräckfilm, med filmens titel utformad som blod målat på en vägg och en dramatisk teckning av en man och en kvinna i nederkanten.

"Gone entirely is any sort of visual referens to lovely (and presumably loose) svenska flickor", skriver Miller om marknadsföringen av *Ansiktet*, vilken bildar slutpunkt för hans undersökning.<sup>36</sup> Men de "svenska" flickorna var inte försvunna länge. Janus Films återgick snart till att dra nytta av Sveriges syndfulla rykte, när tematiken i Bergmans filmer så tillät. Premiärannonserna för *Djävulens öga* (*The Devil's Eye*) hösten 1961 visar en naken, blond kvinna tillsammans med en svart katt, attackerad av en florettfäktande man med djävulssvans.<sup>37</sup> Både katten och mannen är mörka och deras svansar är likartat utformade, vilket upprättar ett tydligt visuellt och symboliskt samband dem emellan. Katten stryker sig mot kvinnans ben och tittar med ett öga ut mot betraktaren, medan mannen förefaller ha stuckit hål på själva annonsen

"A woman's chastity is a sty in the devil's eye"  
—old Irish proverb

INGMAR BERGMAN'S  
NEWEST  
FILM



WRITTEN AND DIRECTED BY INGMAR BERGMAN • STARRING BIBI ANDERSON, GUNNAR BJÖRNSTRAND AND JARL KULLE  
A SVENSK FILMINDUSTRI PRODUCTION, A JANUS FILMS RELEASE  
**AMERICAN PREMIERE TODAY**

12:45, 2:45, 4:15, 6:30, 8:25, 10:00 **BEEKMAN** 609 2 2484-817302

med sitt vapen. Överst citeras ett av Bergman uppfunnet "irländskt" ordspråk: "A woman's chastity is a sty in the devil's eye".<sup>38</sup>

Utformningen av annonsen förändrades liksom tidigare efter att recensioner av filmerna publicerats. Denna gång behölls enbart katten som fick sällskap av utdrag ur recensioner, citerade i enbart gemener över hela annonsytan.<sup>39</sup> Detta kan tolkas som att distributören tyckte den nakna blondinen var överflödig.

I lanseringen av *Tystnaden* (*The Silence*) 1964 drog Janus Films till och med nytta av den svenska censurdebatten.<sup>40</sup> I en annons citerades den under sommaren 1963 vikarierande censurchefen Torsten Eklund, som i Erik Skoglunds frånvaro hade godkänt filmen för visning utan klipp:

*Touché! Annonc publicerad i New York Times den 30 oktober 1961.*



When people speak about censorship, they think immediately of nude women. This is a mistake. Swedish censorship is directed against brutality, sadism, violence, the destructive forces that surround us. The relationship between the sexes should not be depicted as something criminal. Eroticism is a force that promotes life. Swedish censorship does not aim at smothering art and for this reason does not require cuts in the films of Ingmar Bergman. If we did so, it would be the same as castrating Greek sculptures or emasculating Shakespeare.<sup>41</sup>

Den svenska debatten kring filmen hade följts noga av amerikansk press sedan hösten 1963. Detta var för övrigt det vanliga mönstret; förhandsrapporteringen inleddes från Sverige och följde därefter filmernas internationella öden – i synnerhet vid Cannes-festivalen. Härigenom byggdes intresset upp inför deras premiärer i USA.

När *Tystnaden* gick upp i New York i februari 1964 hade en del av de mest explicita sexscenerna klippts bort, dock färre än vad ryktet förtäljde.<sup>42</sup> Filmen visades bland annat på en före detta stripteasefilm biograf på Broadway, vilket – medvetet eller ej – ytterligare förstärkte Janus Films betoning av filmens erotiska innehåll.<sup>43</sup> I flera annonser för filmen använde Janus Films en fotografisk förlaga av Ingrid Thulins och Gunnel Lindbloms ansikten.<sup>44</sup> Båda har sina ögon slutna, vilket tillsammans med Lindbloms öppna mun sannolikt hade för avsikt att föra tankarna till de omdiskuterade sexscenerna i filmen.



Omklippta versioner och slipprig marknadsföring till trots var det en annan Bergmanbild som började ta över 1959, och som sedan blivit den dominerande: auteuren och existensialisten – ”gloom and doom”-regissören. Särskilt viktig för denna spårväxling är Andrew Sarris, filmrecensent på *The Village Voice* och *Film Culture*. Intressant är att Sarris först mötte Bergmans filmer i Frankrike och det är den franska bilden av Bergman som auteur du cinéma han vidarebefordrar till de amerikanska läsarna; ”the first genuinely existential film” kallade Sarris *Det sjunde inseglet*,<sup>45</sup> som vid sin andra screening i USA blir en verklig kultfilm.

I skapandet av ”gloom and doom”-Bergman blev hans rötter i svensk filmtradition mindre viktiga. Bergmans humoristiska sida, som är framträdande även i *Det sjunde inseglet*, träder tillbaka i den amerikanska receptionen.<sup>46</sup> Amerikaner har haft svårt att uppfatta svenskar som

annat än ofrivilligt lustiga, från den svenske immigranten i västernfilmer till efterkrigstidens dumma blondiner. (Jämför föregående kapitel, samt *Svenskar, vita som snö* i del 1.) När *Sommarnattens leende* (1955) visades i USA 1957 blev *New York Times* recensent Bosley Crowther, liksom flera andra recensenter, överraskad av att den var rolig.

Who would have thought that august Sweden would be sending us a film comedy as witty and cheerfully candid about the complexities of love as any recent French essay on l'amour? Yet that is what Ingmar Bergman's *Smiles of a Summer Night* is – a delightfully droll contemplation of amorous ardors.<sup>47</sup>

Vad som fick Crowther att karaktärisera Sverige som "august" (ungefär upphöjd, vördnadsvärd, möjligen även med en anspelning på Strindberg) framgår inte av artikeln. Det kan knappast ha varit tidigare svensk filmproduktion. Möjligtvis kan svenska Hollywoodstjärnor som Greta Garbo ha spelat in, kanske också den vid tiden framgångsrika svenska designen. I vilket fall ger recensenten uttryck för tydliga nationalitetsstereotyper: fransk film är passionerad och samtidigt lekfull, medan film från det kyliga Norden är mörk och dyster. Oförenligheten svenskar-komedi uttrycks tydligt av *Newsweek* som apropå *The Naked Night* skrev att svenskar på grund av sitt tunga temperament är oförmögna att göra "happy films".<sup>48</sup>

Om *Sommarnattens leende* skrev även *Times* recensent att Bergman försökt göra fransk komedi, utan att lyckas:

...Director Bergman intended to produce the best French picture ever made in Sweden. But in this at least he failed. A Frenchman would surely have reminded himself, as the racy lines came popping into his mind, that the best way to spoil sex is to talk too much about it.<sup>49</sup>

Det var alltså inte syndfullheten i sig som var recensentens problem utan ambitionen att vara rolig med alltför mycket dialog. ("It may not be that funny, but it is sexy enough in a simple, sweaty way.") Svensk film (COO) hade ett etablerat rykte om att vara sexig, men rolig ingick inte i Sveriges image (PCI). Även om andra recensenter uppskattade Bergmans komedi,<sup>50</sup> var det med allvarligare filmer som Bergman associerades i USA, filmer som harmonierade bättre med den amerikanska Sverige-bilden.



Ett annat återkommande tema i såväl recensionerna som i det stora antal insändare som står att finna i amerikanska tidningar är svårbegripligheten och mångtydigheten hos Bergman. *New York Times* kritiker Bosley Crowther återkommer i flera sammanhang till hur oklart budskapet i filmerna var, och att dialogerna inte hjälpte honom mycket. Insändarskribenter tillbakavisar Crowthers och andra recensenters tolkningar, och redovisar sina egna. Sammantaget ger recensionerna och insändarna ett intryck av akademiska seminariediskussioner, och det finns goda skäl att tro att många av skribenterna var universitetsstudenter. Efterhand formas ett receptionsmonster där det mödosamma tolkningsarbetet i sig blir till en kvalitet hos filmerna. Filmerna, kvinnorna i dem och regissören själv framträder som utmanande tolkningsobjekt för deltagarna kring tänkta seminariebord (liksom förstås kring verkliga seminariebord på universitetens filmutbildningar och filmklubbar).

Svårbegripligheten blir även för recensenterna en positiv egenskap. Crowther beskriver *Det sjunde inseglet* som en svår film som bjuder mycket tuggmotstånd.<sup>51</sup> Också *Smultronstället* som visades samtidigt konfunderade recensenterna (och kanske publiken) med sin surrealistiska drömsekvens. Victor Sjöström, i rollen som professor Borg, var förstås välkänd för den äldre publiken och det var hans insatser som stod i fokus för de tidiga artiklarna.<sup>52</sup> Men Crowther hade svårt att se att hans rollfigur skulle vara egoistisk och kall. Överhuvudtaget framstod handlingen som oklar:

Mr. Bergman, being a poet with the camera, gets some grand, open, sensitive images, but he has not conveyed full clarity in this film. And the English subtitles are not much help.<sup>53</sup>

Det är en ofta upprepad uppfattning att europeisk och amerikansk film arbetar med olika medel, och att det inte endast är språkförbistring som (för)stör upplevelsen. Europeisk film sägs många gånger använda sig av ett mer öppet och mångbottnat filmspråk än det amerikanska. Oavsett om detta är sant – vilket det mycket väl kan vara – torgförs denna uppfattning på båda sidor Atlanten. Liksom med andra nationsstereotyper betonas skillnaderna på bekostnad av likheterna, samtidigt som inga andra förklaringar än kulturella olikheter beaktas.<sup>54</sup>

Steene framhåller att Bergmans amerikanska framgångar kan förstås som ett utslag av att hans filmspråk faktiskt låg närmare det amerikanska än vad annan europeisk film gjorde. Hon förklarar det med att

...Bergmans första lärospån nästan helt [gick i Hollywoodfilmens] tecken. När han blir anställd som lektör på svensk Filmindustri 1941 och uppmuntrad att leverera egna manuskript, får han i sin hand av sin chef, Stina Bergman (Hjalmar Bergmans änka), en liten skrift med titeln "Några råd om att skriva för filmen". Den var författad av Stina Bergman själv och byggde helt på hennes erfarenheter från vistelsen i Hollywood dit hon ledsagat sin make på tjugotalet.<sup>55</sup>

Bergmans filmer kan alltså, om vi vill, betraktas som en medelväg mellan hollywoodsk ytlighet och europeisk obegriplighet. Han har själv alltid understrukit att han gör filmerna för en bred publik. Även om somliga amerikanska recensenter uppfattat hans filmer som svårbegripliga så har de fascinerat och attraherat en stor amerikansk publik, som också tycks ha tilltalats av att filmerna har en mer öppen karaktär än den som dominerade i Hollywood.<sup>56</sup>

[H]an kom in på den amerikanska arenan vid en tidpunkt då Hollywoods mönsterbildande roll i filmproduktionen börjat ge vika och därmed också den lineära berättarstruktur som dominerat både den amerikanska och internationella filmen. Bergmans benägenhet att i femtio- och sextiotalsfilmerna hålla fast vid en story, samtidigt som han gav allt större utrymme åt de psykologiska förvecklingarna i karaktärsskildringen, var i linje med Hollywoodfilmens upplägning. Detta gjorde Bergmans filmer betydligt mer "hemtama" för den amerikanska publiken än verk av andra samtida europeiska filmskapare som Buñuel, Godard och Antonioni. Bergman utnämndes också mycket riktigt till den europeiska filmens "middlebrow", dvs en konstnär som når ut till den breda publiken men gör det med produkter som är mer krävande än den gängse populärkulturens alster (lowbrow culture).<sup>57</sup>

Men det är inte medelvägens estetik i sig som möjliggjorde Bergmans succé, utan de sätt på vilka hans filmer ansågs gestalta aktuella frågor i USA. I denna process möts filmerna alltså av ett slags "produktiva felläsningar". Bergmans visuella text förnekas inte, skriver Steene, "men den manipuleras i recensenternas omdömen till att befästa sex-sin-suicide-schablonen".<sup>58</sup> "Manipuleras" är måhända ett alltför starkt ord i sammanhanget, även om det kan tyckas som en medveten omtolkning av filmernas innehåll.<sup>59</sup> Men snarare än att vara avsiktliga felläsningar, bör recensenternas (och den övriga publikens) tolkningar förstås som uttryck för de betydelsebildningar som uppstod i mötet mellan filmerna och den amerikanska kontext som de visades i. Eftersom Bergmans filmer blev alltmer uppskattade, och uppenbarligen upplevdes som betydelsefulla, fungerade dessa "felläsningar" produktivt: de skapade

ytterligare betydelselager kring filmerna som förstärkte publikens upplevelser av dem.

Den betydelse Bergman fått i USA hänger, som tidigare berörts, även samman med femtiotalets generationskonflikter. Ungdomar började ifrågasätta den äldre generationens värderingar och moral. De existentiella frågor som Bergman tog upp förknippades i USA med samtiden och dess motsättningar. Det ligger alltså en paradox i receptionen av Bergman; de uppfattas på en gång som bilder av det främmande Sverige och som en gestaltning av generella frågor som berör publiken. Mikael Timm:

Å ena sidan vet vi att filmer från en liten, avlägsen kultur har det exotiska charm. Å andra sidan visar publikreaktioner och recensioner att Bergmans verk på ett till synes självklart sätt har gått rakt in i andra kulturer.<sup>60</sup>

Till den generella förförståelse av Sverige som vi undersökt i tidigare kapitel, tillkommer här genrespecifika förutsättningar. Bergmans filmer förstods inte bara utifrån vad betraktarna tidigare hade för föreställningar om Sverige. De tolkades också utifrån vad som kan betecknas som "avvikelser från normen". Eftersom marknaden dominerades av amerikansk film kan vi räkna med att den moraluppfattning och de visuella koder som var vanligast inom Hollywoodfilmen kom att ha en styrande inverkan på receptionen av utländsk film. Avvikelser från välkända grepp och mönster tolkas ofta av publiken som uttryck för nationella särdrag (snarare än för regissören, e.dyl.). Dessa kan förknippas med såväl positiva och negativa värden, vilka rimligen utgör skäl till att gå på, eller undvika, just utländsk film. Jag har diskuterat med amerikaner som var unga på femtio- och sextiotalen hur de då uppfattade "foreign films". De framhåller genomgående att de jämförde sin egen situation med européernas i filmerna. Inte minst Bergmans filmer tycktes visa på andra möjliga sätt att leva. De kunde även uppfattas som mindre förljugna än de inhemska filmerna. "Avvikelser" i livsattityd och inställning till kärlek och sex i Europa framstod som eftersträvarsvärda. Det tycks alltså föreligga en tendens att förstå "avvikelser" i utländsk film som uttryck för de andras normala livsbetingelser.

## Isbergmannen

Bara några dagar efter att Croce beskrivit Manhattan som en ö omgiven av Bergman, figurerar den svenske regissören på omslaget till *Time*. I artikeln omnämns den svenske regissören skämtsamt som "Iceberg-

man". Det är en ordlek som bland annat associerar till föreställningar om Sveriges geografiska belägenhet nära Arktis och svenskarnas känslokyla. Den tycks också vilja säga att det vi ser av Bergman bara är toppen av ett isberg.

På tidningens omslag avbildas Bergman i förgrunden, med handen formad som en filmruta framför ögat, som för att kontrollera en möjlig kameravinkel. I bakgrunden avbildas två figurer i en djup granskog. Denna del av bilden är, till skillnad från porträttet, gestaltad i svartvitt, liksom Bergmans filmer vid denna tid. Bakgrunden tycks alltså som en Bergmanfilm: leken mellan man och kvinna, där flickan gömmer sig bakom ett träd skulle kunna ha varit hämtad från *Sommarnattens leende*. Samtidigt tycks "mannen" bära riddarkläder, vilket associerar till samma medeltida miljö som *Det sjunde inseglet*.

Bilden är utförd av Boris Chaliapin (1902–79) som gjorde över 400 omslag för *Time* mellan 1939 och 1970. Utgångspunkten tycks ha varit ett fotografi signerat Lennart Nilsson (f. 1922) som reproduceras i artikeln.<sup>61</sup> Det är taget under inspelningen av *Djävulens öga* samma år och visar Bergman i profil, med händerna framför ansiktet formade som en ruta. Den han studerar är Bibi Andersson, som står längst till vänster i bildrummet. Om det är detta fotografi som inspirerat Chaliapin, har den rysk-amerikanske konstnären vänt Bergman 90° och reducerat gesten från två till en hand.

Artikeln inleds med vad som förefaller vara en Karl Marx-parafra: "A demon is haunting the movie world."<sup>62</sup> Denna demon är förstås Bergman, som i texten även liknas vid Faust och en varulv. Han sägs vara lång, benig och hasande ("shambling"), med intensiva gröna ögon och hög panna. Tänderna är långa och underligt spetsiga ("peculiarly pointed"): "The smile is a little twisted, evoking for the night-mare-prone the grimace of a hanged man."<sup>63</sup> Efter denna skräckfilmsöppning, förstärkt av det suggestiva omslaget, framstår den svenske regissören som tämligen normal i resten av artikeln, trots att den behandlar hans återkommande nervsammanbrott och kraftiga humörsvingningar.

Trots Bergmans många kvinnoaffärer har han ett hjärta av is, berättar artikeln. Få kvinnor sägs någonsin återhämta sig efter en affär med demonregissören. Han är inne på sitt fjärde äktenskap, men det antyds att det förortsidylliska livet med Käbi Laretei kommer att tillfredställa honom i längden.

## Spårberoende och spårväxlingar

Också under sextio- och sjuttioitalen fortsatte Bergmans filmer att dra publik i USA. Den spårväxling som Janus Films genomförde, från mjukporr till konstfilm, visade sig framgångsrik. Så sent som i slutet av sjuttioalet stod Ingmar Bergmans filmer för hälften av Janus Films totala uthyrningsintäkter och *Det sjunde inseglet* visades i genomsnitt två gånger varje dag någonstans i USA.<sup>64</sup>

Bergman var vid denna tid ett så etablerat begrepp i USA att hans "svenskhet" sällan påtalades. Även om "Bergman" blivit ett begrepp skulle visserligen få amerikaner känna igen honom på ett porträttfoto, men åtskilliga skulle känna igen den inledande schackscenen i *Det Sjunde inseglet* som flitigt har citerats i serieteckningar, reklam och filmer.<sup>65</sup>

Det är, som framgått ovan, i den akademiska miljön som det dominerande tolkningsmönstret av Bergman grundlades. Bergmans framgång kan, liksom Swedish Modern, förstås i termer av spårberoende. Det vore alls inte omöjligt att se, beskriva och diskutera Bergmans filmer ur andra perspektiv än de dominerande, men just precis på grund av dessa tolkningsmönstrets stora framgångar är det mindre troligt att så kommer att ske inom en nära framtid eller med någon större framgång.

Vad som kan tyckas mer förvånande är hur olikartat Bergmans filmer uppfattats i olika länder. 1998 presenterade Steene en studie av Bergmanreceptionen i fem länder, Sverige, Frankrike, Brasilien, Indien och USA. Det är frågan om en kvalitativ undersökning där ett frågeformulär gick ut till mellan 50 och 100 personer från varje land, varpå några valdes ut för intervjuer om Bergmans betydelse i deras privata, professionella och sociala liv.<sup>66</sup> Svaren var möjliga att sammanfatta till ett slags typiska Bergmanbetraktare. Fransmannen hade ett formalistiskt förhållande till den svenske regissören. I Brasilien dominerade en subversiv och politiserad Bergman, medan hans filmer i Indien sågs som emblem för konstnärlighet. Svenskar ser, enligt Steene, Bergman som kontroversiell, provokativ och självupptagen. I USA, slutligen, dominerar existentialisten Bergman.<sup>67</sup> Amerikanerna tenderar att se Bergmans filmer som "a confirmation of their own need to disassociate themselves from the popular culture of their country", skriver Steene.<sup>68</sup>

Medan Bergmans filmer i Sverige visades för en bred publik på vanliga biografier, har de i USA visats på "art cinemas" eller i filmklubbar som endast lockar till sig cineaster och intellektuella. Detta är en förklaring till skillnaden i mottagandet. Den heterogena publiken i Sverige var

mer differentierad i sin uppfattning om Bergman än den mer homogena amerikanska publiken.

Steenes undersökning visade också att Bergmans filmer inte bara uppfattats olikartat i de undersökta länderna, de tillmättes också olika stor betydelse i relation till det egna livet. Den amerikanska publiken svarade i högre utsträckning än någon annan nations att Bergmans filmer haft ett avgörande inflytande på deras liv. Som jämförelse var de vanligaste svaren i Sverige att filmerna varit "not very important" och haft "very minor impact".<sup>69</sup> En förklaring till detta kan vara att en stor del av den amerikanska publiken först mötte Bergmans filmkonst under en period i deras liv när de var särskilt receptiva (dvs. under college-åren).<sup>70</sup> En annan, att det dominerande tolkningsmönstret i USA – att se filmerna som existentialistiska dramer – premierar att de knyts till egna livserfarenheter. Att som den svenska publiken uppfatta filmerna som kontroversiella, självupptagna och provokativa utsagor från Bergman, leder till ett mer distanserat förhållningssätt. Svaren kan också tänkas avspegla kulturella skillnader mellan USA och Sverige i hur man ser på sig själv, på film, samt i hur man uttrycker sig i intervjusituationer.<sup>71</sup>

1968 visas Bergmans *Skammen* (*Shame*) i Sverige. Filmen möts av negativ kritik från vänstern. Bergman kan inte se att det finns rättfärdiga befrielsekrig, skriver Sara Lidman i *Aftonbladet* den 7 oktober 1968. Andra kallar honom reaktionär och opolitisk. Men i New York uppfattas filmen som i hög grad samtidskommenterande och delar kritikerkåren i två läger. Pauline Kael välkomnar Bergmans omsvängning till de socialt ansvarstagande filmskaparnas Pantheon, medan Sarris (som vände Bergman ryggen 1966) avfärdar den som en usel krigsfilm.<sup>72</sup> Att filmen uppfattades som direkt relaterad till Vietnamkriget kan illustreras av en rörande historia om ett möte med en amerikansk soldat 1969 som Steene berättar:

The story unfolded on an airplane flight between San Francisco and Seattle in the summer of 1969. *Shame* was playing in San Francisco at the time. I had given a Bergman lecture at Berkeley and was on my way home. Seated next to me on the plane was a young man in uniform; as it turned out he was an art history graduate student in his mid-twenties, now on his way to Fort Lewis for further transportation to the war in Vietnam. Expressing some of his fears and anxiety about the war – he had been drafted under protest – the young soldier suddenly said: "I saw a film the other day that captured much of how I feel about this war. It was called *Shame*, a film by Ingmar Bergman. I wanted to go to a lecture about him last night, but my sister came to visit." He then made a gesture toward the back of the plane and added: "There are



several guys back there who saw it with me and felt the same. To be hit on the head like that. Do you know Bergman's work?"

The ironic coincidence of sitting next to an unknown person who had missed my Bergman lecture was overshadowed completely by his response to Bergman's film. The charges of irrelevance that had been leveled against *Shame* by Bergman's *engagé* critics in Sweden faded before the personal impact that the film had had on an of American soldier facing a real war.<sup>73</sup>

## Dalahästen

1962 gick Bo Widerberg till storms mot svensk filmproduktion i pamfletten *Visionen i svensk film*, med Ingmar Bergman som främsta måltavla. Bergman är "den skapande svenske konstnär vars röst når längst utanför landets gränser". Vad han påstår "står för en stor del av vad man utomlands får veta om Sverige". Bergman har, enligt Widerberg, blivit "vår dalahäst mot världen".<sup>74</sup>

Visst hade Bergman blivit en betydelsefull producent av Sverigebilder i början av sextioalet, men som med andra starka varumärken hade han i takt med berömmelsen samtidigt blivit alltmer autonom. Detta visas inte minst av att han inte påverkades nämnvärt av varumärket Sveriges dalande stjärna. Han blev ett eget universum, att uttolka av recensenter och publik, med få referenser till svenskt liv och politik.<sup>75</sup>

Det är påfallande sällan som recensioner och insändare finner anledning att mer än i förbigående referera filmernas svenska ursprung (COO) eller i föreställningar om Sverige (PCI). De projektioner av Sverige (synd, socialism, självmord och superi) som förts fram vid femtioalets mitt, försvinner alltmer från receptionen av Bergmans filmer. Det tycks som att förhållandet mellan filmerna och Sverige inte är symmetriskt. Filmerna har visserligen sammantagna haft stor betydelse i formandet av Sverige bilden, men i mötet med den enskilda filmen aktiveras istället främst betraktarens personliga erfarenheter. Det kan möjligen förklaras av att de är processer på olika medvetandenivåer (tämligen omedvetna stereotyper vs intellektuella bearbetningar), men pekar även på att rörelserna mellan PCI och det kulturella uttrycket (filmen, bilden, etc.) alls inte behöver vara jämnstarka.

Det finns hos Bergman dessutom en tydligare åtskillnad mellan person och verk i USA än i Sverige. Ett exempel på detta är skattetvisten vid sjuttioalets mitt. Hösten 1975 började svenska tidningar skriva om att Ingmar Bergman var föremål för en utredning hos Skattemyndighe-

ten. Den gällde utländska inkomster och ett bolag som Bergman startat i Schweiz 1967 inför en planerad produktion tillsammans med Fellini. Affären utvecklades under vintern och den 31 januari 1976 arresterades Bergman misstänkt för ekonomiska oegentligheter. Den 22 april 1976 meddelade Ingmar Bergman, i ett öppet brev i *Expressen*, att han tänkte gå i frivillig exil. Delar av brevet översattes redan följande dag i *New York Times*, tillsammans med artiklar som förklarade vad som hänt. Nyheten fick även stort genomslag genom kvällsnyheterna i de största tevekanalerna CBS, NBC och ABC, redan den 22 april.<sup>76</sup> I USA såg många behandlingen av Bergman som ett uttryck för, och exempel på, hur det var att leva i det socialistiska Sverige.<sup>77</sup> Men trots stor uppmärksamhet blev skatteaffären (som symbol för det socialistiska Sverige) aldrig en del av betydelsebildningarna kring Bergmans filmer.

Ett viktigt undantag från denna tilltagande separation mellan "Bergman" och "Sverige" är dock den inflytelserike filmkritikern Vernon Young vars fasta övertygelse var att alla filmer måste förstås utifrån deras ursprungsland. (Jämför diskussionen om Christian Brinton i "Svensk konst på export" i del 1.) I kontrast till den då dominerande auteur-synen, insisterade han på att Fellini måste förstås som varandes italienare, Buñuel som spanjor – och Bergman som svensk. I sin bok, *Cinema Borealis. Ingmar Bergman and the Swedish Ethos* (1971), ger han en inte särskilt smickrande bild av Sverige. Med utgångspunkt i den på femtiotalet konstruerade Sverige-bilden som ett land präglad av själslig ensamhet, superi och självmord, tolkar han Bergmans produktion. Sverige är, enligt Young, "a society of the armored personality, it is a never-on-Sunday society, it is a society whose doors are locked before 9 P.M., a society of no dialogue, a society in which hospitality is merely a word. It is in short a puritan society and let no one tell you differently".<sup>78</sup> Orsaken till att Sverige är detta helvete på jorden söker Young emellertid inte i politiken, utan i de klimatologiska förutsättningarna och den nordiska rasens karaktäristika. Sverige är ett land där man blir överraskad om man ser någon le, skriver Young.<sup>79</sup> Men ur bottenlöst lidande föds den stora konsten, tycks Young anse. Sverige har blivit en av världens främsta filmnationer.

Maaret Koskinen använde Vernon Young som utgångspunkt i en essä om det typiskt svenska hos Bergman. Det som är typiskt Bergman blir hos Young till något typiskt svenskt, skriver hon.<sup>80</sup> Youngs Bergmanbok förstärkte antagligen bilden av Sverige som ett mörkt och fruset helvete, och det är möjligt att de som såg Bergmans filmer efter

att ha läst den kunde uppfatta dem som en spegling av ett faktiskt Sverige. Man ska emellertid inte överdriva bokens genomslagskraft, och Youngs perspektiv framstår som sagt vara ett undantag.

Ingen annan har betytt lika mycket som Bergman för bilden av Sverige, citerades inledningsvis Alanna Heiss skriva. Det pekar mot att det kan upprättas starka Sverigebilder på en aggregerad nivå (och antagligen mindre medveten nivå), trots att de enskilda filmerna i allt mindre utsträckning uppfattades som specifika uttryck för svenska förhållanden. Detta är en viktig erfarenhet som vi ska ta med oss in i de två följande kapitlen, som behandlar den "svenska" bilindustrin.



## Volvos svenskhet varar?

I den globaliserade värld vi lever i, finns inte längre några nationella bilmärken, i någon essentiell mening. Detta till trots kan ingen svensk som reser eller bor i USA undvika att bli förknippad med Volvo och Saab.<sup>1</sup> Kring bilmärken finns (ännu) starka associationer och stereotyper kring ursprungsland (COO, COE, COP m.fl., se del 1, s. 22–29). Att republikanerna i presidentvalskampanjen 2004 kunde utmåla demokraterna som latte-drickande, volvo-körande, sushi-ätande skattehöjare har med just dessa föreställningar att göra.

Volvo ingår i Fordkoncernen, men marknadsförs som ett självständigt bilmärke, liksom Jaguar, Lincoln, Land Rover, Mazda och Mercury som när detta skrivs har samma ägare.<sup>2</sup> Samma sak kan sägas om marknadsföringen av Saab som ägs av General Motors, där även Buick, Cadillac, Chevrolet, GMC, Holden, Hummer, Opel, Pontiac, Saturn och Vauxhall ingår.<sup>3</sup> Tekniken, formgivningen och de enskilda komponenterna som ingår i bilarna designas och produceras i en lång rad olika länder, och det finns fog för att betrakta bilar som multinationella assemblage. Också monteringen av ”svenska” bilar kan ske utanför Sverige (Volvo i Belgien och Holland). Trots detta har de flesta bilmärken behållit starka kopplingar till ”ursprungslandet”. Det har också, åtminstone periodvis, setts som fördelaktigt av många biltillverkare att framhålla bilmärkenas nationella identitet.

Detta och efterföljande kapitel kommer att undersöka de ”svenska” bilmärkena Volvo och Saab ur produktlandsperspektiv. Det är endast bilden av personbilarna som studeras. Volvo och Saabs övriga verksamheter har lämnats utanför (Volvo lastvagnar, Volvo Penta, Scania, Saab Aerospace m.fl.). Studien är diakron, och omfattar perioden från femtiotalets mitt fram till samtiden.<sup>4</sup>

*En svensk i New York. Reklambild för Volvo 122, 1958. Foto: Volvo Personvagnar.*

Varje bilköpare vet att bilarnas egentliga kvalitet och tekniska för- och nackdelar är svårbedömda. Därför styrs man i hög grad av bilens formgivning och image.<sup>5</sup> Det handlar både om helhetsformen (gestalten) som differentierar olika slags biltyper (sportbil, sedan, kombi osv.) och detaljer som kan ge bilen uttryck av exempelvis aggressivitet. I synnerhet tycks frontens utformning, som inte sällan tolkas antropomorft, spela stor roll för vår uppfattning om bilmodellens egenskaper.<sup>6</sup> Hit hör inte minst grillens och lampornas utseende. Associationerna spänner sannolikt från nedärvda reaktioner (att bilens lampor ser ut som ögon och grillen som en mun, ger möjligheter till olika associativa "ansiktsuttryck") till inlärda (kylarsmycke = lyxbil). Eftersom de båda "svenska" biltillverkarna arbetar med, internationellt sett, små tillverkningsvolymer, har de alltid tvingats behålla sina modeller länge på marknaden för att täcka de höga utvecklingskostnaderna. Varje modellens design, image, rykte och status blir därmed än mer viktigt,<sup>7</sup> samtidigt som företagen försökt vända de långa produktionsserierna till en fördel (lång livslängd och funktion framför trendkänslighet).

## Svenska bilar till USA

Den svenska personbilsexporten till USA är ett efterkrigstidsfenomen. Med moderniseringen av Sverige, följde även en ökad export av förädlade varor som bilar. Härigenom förändrades den amerikanska bilden av Sverige. Från ett land av duktiga hantverkare och gamla folkliga traditioner till en framgångsrik, modern industrination som producerade högteknologi. Förändringen var inte plötslig, men inte desto mindre tydlig; redan före kriget hade Sverige förknippats med tekniska innovationer, personifierade genom män som John Ericsson (propellern, pansarbåten Monitor), Johan Petter Johansson (skiftnyckeln, i USA kallad "Swedish wrench key"), Alfred Nobel (dynamiten och Nobelpriset), Gideon Sundbäck (blyxtlåset, emigrerade till USA) och Sven Wingquist (det sfäriska rullningslagret utställt på MoMA 1932).<sup>8</sup> Men trots dessa uppfinnare och uppfinningar associerades Sverige, som vi sett, länge med tradition och hantverk snarare än med modernitet och teknologi.

I lanseringen av Volvo och Saab i USA används både tradition (månghundraårig industri, det svenska stålet, hantverkskunskapen) och modernitet (högteknologisk industri, modern organisation) som försäljningsargument, och i receptionen blandas bilarna med allehanda stereotyper om Sverige.

I engelskspråkiga *Volvo Extra* framhölls 1960 att "Swedish Quality" blivit synonymt med Volvo och att Sverige sedan århundraden var känt för hantverks- och ingenjörskunnande. Få andra länder har så många ingenjörer i förhållande till befolkningstorleken, påstås det. L. E. Johanssons passbitar, det svenska stålet och Bofors kanoner nämns som exempel.<sup>9</sup>

USA hade en mycket omfattande bilindustri redan under mellankrigstiden och de amerikanska biltillverkarna stod länge som förebildliga för de svenska. Mellankrigstidens Volvobilar lånade både teknik och former från sina amerikanska storebröder. Efter andra världskriget förvandlades USA från att ha varit en nettoexportör till att bli en nettoimportör av personbilar. Samtidigt förändrades vid denna tid de internationella handelsmönstren för bilar från en situation där bilproducerande länder exporterade till länder utan bilindustri, till att handel i allt större utsträckning bedrevs mellan länder som hade personbilstillverkning. Sammanhängande med denna utveckling är en högre grad av differentiering mellan tillverkarna, både med avseende på immateriella värden (image) och faktiska skillnader (storlek, prestanda, pris, design med mera). En förklaring bland flera till att USA började importera bilar är att det uppstod en efterfrågan på mindre, billigare och bensinsnålare fordon.<sup>10</sup>

Den svenska bilindustrin hade under mellankrigstiden varit inriktad på den inhemska marknaden. Endast några få procent av personbilsproduktionen gick på export, medan det för lastbilarna handlade om cirka en tredjedel. Efter kriget ökade exporten snabbt. 1950 såldes fler svenskstillverkade bussar utomlands än i Sverige, 1961 hade samma omsvängning skett på lastbilssidan och 1966 för personbilarna.<sup>11</sup>

Den snabba ökningen av bilexporten – 1960 var exporten tjugo gånger större än 1955 – gjorde det möjligt för den svenska bilindustrin att utnyttja stordriftsfördelarna, samtidigt som formgivning och teknisk utveckling i högre grad anpassades till de utländska marknaderna. De inslag i Volvo och Saabs varumärkesberättelser, och i den amerikanska receptionen som talar om bilar byggda för att klara nordiska förhållanden, får delvis hänvisas till retorikens domäner. Bilarna blev i allt högre grad designade och byggda för en global, ofta amerikansk, marknad.

Det var under sextiotalets första hälft som utlandsmarknaden blev viktigare än den inhemska för Volvo. Saab nådde samma position strax efter 1970.<sup>12</sup> Volvo har ständigt legat steget före i den transatlantiska etableringen, men båda märkena har sedan 1960 sålt ungefär en fem-

tedel av sina personbilar i USA, för att 1990 nå upp till en fjärdedel för Volvos räkning och nästan 30 procent för Saabs del.<sup>13</sup>

USA fortsätter att vara Volvos viktigaste marknad. 2006 stod USA för drygt 27 procent av Volvos försäljning, eller drygt 115 000 sålda bilar. Samtidigt bör det hållas i minnet att Volvo är ett mycket litet bilmärke – dess marknadsandel i Nordamerika har sjunkit från omkring 1,0 procent under toppåren på åttiotalet till 0,7 procent 2005.<sup>14</sup> Saab sålde drygt 36 000 personbilar i USA 2006, vilket utgjorde en nästan exakt lika stor andel av den totala försäljningsvolymen som Volvos.<sup>15</sup>

## En svensk rullar

Biltillverkaren Volvo föddes 1926 som ett dotterföretag till SKF, med Assar Gabrielsson och Gustaf Larsson som initiativtagare. Redan 1915 hade dock SKF startat dotterbolaget Volvo för tillverkning av spårkullager (alltså inte de sfäriska kullager och rullager som gjort SKF till ett världsföretag).<sup>16</sup> Gabrielsson hade visionen av en svensk tillverkning av personbilar. De första bilarna kom ut på marknaden 1927 men blev ingen omedelbar framgång. Tekniken och formgivningen upplevdes som gammaldags i förhållande till de amerikanska bilar som dominerade den svenska marknaden. Till skillnad från de amerikanska stålskeletten var de svenska bilarna byggda med konstläder på en träkonstruktion. De första modellerna ÖV4 (1927) "Jakob", PV651 (1929) och PV652 (1930) formgavs av en landskaps- och porträttmålare, bilentusiasten Helmer MasOlle,<sup>17</sup> men på trettioalet togs formgivningsarbetet över av företagets ingenjörer och designen blev mer amerikanskinfluerad. Många av företagets ingenjörer hade varit anställda hos amerikanska biltillverkare.<sup>18</sup> Trettioalet var också decenniet när Volvo etablerade sig på marknaden. 1939 hade Volvo tagit sig upp till femte plats bland sålda bilmärken i Sverige.<sup>19</sup>

Under ledning av Edward Lindberg anställdes professionella formgivare och Volvo inrättade 1949–50 en formavdelning efter amerikansk förebild.<sup>20</sup> Strax därefter inleddes Volvos etablering på den nordamerikanska marknaden. Hösten 1955 introducerades PV444 i USA, med inriktning på västkusten. Redan från introduktionen var det en anpassad bil. Exportversionen hade bland annat starkare motor, en "sportmotor" på 70 hk, blinkers på skärmarna istället för på dörrstolparna och anorlunda utformade kofångare, så kallad "amerikabågar". Lanseringen blev framgångsrik och Volvo blev snabbt det näst mest importerade





bilmärket i västra USA. Våren 1956 visades PV444 med framgång för första gången på östkusten, på bilsalongen i New York.<sup>21</sup> Mottagandet tycks ha överraskat alla parter.

The most amazing success story in the imported car field – which is a pretty amazing story itself – is the one that involves the Volvo. [---] There are, of course, several reasons for this sudden demonstration of popularity. One of them is the rather obvious advantage of being Swedish, since most anything coming from that country, including beauty contest entries, is highly regarded.<sup>22</sup>

*En ny spelare på den amerikanska motormarknaden: Volvo PV444LS, 1957. Foto: Volvo Personvagnar.*

Volvo hade alltså draghjälp av Sveriges goda rykte (PCI) vid introduktionen – ett Sverige som vid tiden var känt för allt från kullager och design

till den svenska synden – men bilens ”amerikanska” formgivning och ”sportiga” egenskaper spelade också stor roll.

PV444 och uppföljaren PV544 blev stora framgångar för Volvo på USA-marknaden, med 160 000 sålda bilar. De var inte tekniskt eller designmässigt nyskapande, men fick ett rykte om sig som hållbara och tillförlitliga. Priset tycks inte heller spelat någon avgörande roll för framgången. Volvos prissättning låg i nivå med sina amerikanska konkurrenter, och väsentligt över Volkswagen.<sup>23</sup>

Under de första åren i USA använde Volvo ibland svenska markörer i reklamen. I lanseringen av PV444LS 1957 knyts Volvo till svenskt midsommarfirande. I bilden görs ett försök att förena modernitet och tradition. Snarare än att anspela på Swedish Modern, vilket flera andra svenska företag gjorde vid denna tid, sträcker sig annonsen tillbaka mot mellankrigstidens amerikanska Sverigebild, färgad av Zorn och svenskt konsthantverk. Spelmannen (kanske bilens ägare?) ser ut att bjuda in dalkullan för en biltur med en lutning i överkroppen. Hon ser ut att acceptera inviten och har redan förskjutit kroppstyngden mot bilen.

Volvos marknadsförare har sannolikt tänkt sig att anspela på tradition och kvalitet, men med tanke på tiden (1957) kan bilden också ha väckt associationer kring svenska blonda flickor och svensk synd i sommarnatten.

Men oavsett om Volvo betonade sin svenskhet eller inte, kunde man vara säker på att bilen uppfattades som svensk. Den urskildes som utländsk – det talas ofta om importerade sedaner – och den jämfördes med tyska och brittiska märken. Framgångarna för PV:n fick till och med amerikansk press att tala om en svensk invasion, ett språkbruk som associerar till vikingatidens erövringar,<sup>24</sup> och om sportbilen P1800 deklarerade Volvo att ”You don’t have to be a Viking to drive one”.<sup>25</sup>



Volvos medgång fortsatte under sextioalet med Amazonen (Volvo 120), som också uppfattades som sportig och av hög kvalitet. Bilarnas svenska ursprung är fortfarande markerat i både marknadsföring och reception. På slutet av sextioalet görs också de första försöken att sälja Volvo inom ett högre prissegment med 164:an (1968–75).

På sjuttioalet förändras Volvos marknadsföringsstrategi. Volvos image skulle vara densamma i Frankrike som i USA: ”we want to create and maintain an international Volvo image.” 1971 sägs inte längre ett

enda ord om Sverige i de argument som sänds ut till återförsäljarna att lära in. Det närmaste en skandinavisk anknytning som finns är att Volvos motorer är byggda för att klara ett strängt nordiskt klimat ("severe Nordic climate").<sup>26</sup>

Sjuttioalets andra hälft blev en besvärlig tid för Volvo, som drabbas hårt av de marknadsförändringar som skedde i oljekrisens spår. 140-serien uppfattades som alltmer omodern, och företaget fick problem både med att behålla äldre kundgrupper och att attrahera nya. Märkes-troheten med Volvo sjönk drastiskt i USA.

På åttiotalet påbörjades ett alltmer medvetet byggande av den egna varumärkesberättelsen, med syfte att bland annat knyta kunderna starkare till märket. Denna vilja kommer exempelvis till uttryck i att äldre bilmodeller avbildas i produktbroschyerna och att det återkommande poängteras att Volvo har en historia tillbaka till 1927. Berättelsen tar ofta mytens form:

Once upon a time there was an engineer called Gustaf Larson. Larson wanted to design a car that was as safe as possible for its passengers. [---] In 1927, the job was done. [---] Larson said that "the basis for everything we do at Volvo is, and must remain, safety and care".<sup>27</sup>

## Från sportig till exklusiv

Vilka var det då som valde det udda svenska bilmärket under de första åren? Enligt Björn-Eric Lindh var "det i stor utsträckning [...] akademiker, tekniker och i viss mån yngre familjer som köpte Volvo. En mer udda krets var sportintresserade förare som köpte Volvo för de tävlingsframgångar den börjat få och för den sportmotor som i USA ansågs vara något alldeles extra."<sup>28</sup>

Detta kan förvåna idag när Volvos rykte som familjebil länge dominerat. Men en blick i backspegeln ger en annan bild. I USA var intresset för europeiska sportbilar starkt på femtiotalet, främst för Porsche och MG. Volvo var medvetet om att det fanns en marknad för små, europeiska sportbilar och tillverkade 1956–57 P1900, en cabriolet med "sportmotorn" från PV444 och glasfiberkaross. Endast 67 bilar lämnade fabriken, men modellen förstärkte Volvos sportiga image, och ett par år senare, 1961, började produktionen av P1800.<sup>29</sup>

Framgångar inom rallysporten gav goda möjligheterna att sälja PV444/544. I marknadsföringen av modellen vände sig Volvo ofta på-

tagligt genusedifierierande till kvinnorna med påståenden om att bilen var rymlig, bäddbar och hade vackra färger, medan männen uppmärksammades på andrahandsvärdet och dess sportiga egenskaper.<sup>30</sup> Också i tidskrifternas bevakning av den nya svenska bilen går detta dubbla förhållningssätt igen:

Volvo's boast [...] that their machine is a "family sports car" is no idle one. It has every attribute required for a comfortable, practical, tractable family car which the lady of the house can drive with ease. But it becomes a tiger when the competition-minded member of the family takes it out to the track.<sup>31</sup>

I Volvos interna material som gick ut till återförsäljarna påtalades vikten av att trycka på Volvos profilegenskaper (kvalitet, ekonomi, säkerhet, komfort och köregenskaper), men också att anpassa marknadsföringen efter regionala förutsättningar. I den amerikanska katalogen 1960 sägs att "only Volvo combines the qualities of a racing thoroughbred with those of a safe, economical and comfortable car". Lindh kontrasterar detta mot lanseringen i Norge av PV544 som en bil "bygget i Norden for nordiske forhold, nordiske veier og nordisk klima. Den er bilen for alle som till en rimelig pris vil ha en sterk, hurtig og pålitelig vogn for hard hverdagskjøring."<sup>32</sup>

Skillnaderna mellan marknadsföringen i olika länder till trots bör dock påpekas att likheterna är stora. Marknadsföringsmaterial präglas till stor del av samordningsvinster. Samma bildmaterial som användes i Sverige, kom också ofta till bruk även i USA, och i olika slags publikationer.

Volvos sportiga egenskaper framhölls ständigt i den amerikanska marknadsföringen. De modeller som exporterades till USA var också länge utrustade med kraftigare motorer, och oftast även sportigare design, än sina svenska kusiner. I marknadsföringen fick framgångarna i rallysporten stort utrymme.<sup>33</sup> Att PV:n uppskattades i USA framgår av både tidskriftsartiklar och försäljningssiffror. Trots sin ålderdomliga design imponerade dess köregenskaper. Vid introduktionen av PV444 1956 skrev *Sports Cars Illustrated* under rubriken "Swedish Invasion":

It may not win any *concours d'elegance* but on all grounds other than – in some cases – esthetic ones, it can nail its competitors to the wall.<sup>34</sup>

Tidskriften tillskrev bilens utmärkta väghållning det faktum att den fötts i ett vintrigt land med usel vägstandard.<sup>35</sup>

Efter framgångarna med PV444/544 introducerades i april 1959 den

modell som i Sverige skulle kallas Amazon på New York International Automobile Show. I Amerika såldes endast sportmodellen 122S.<sup>36</sup> Under lång tid såldes faktiskt 122S och PV544 parallellt, och marknadsföringen differentierades mellan den dyrare Amazonen – som nu övertagit rollen som den sportiga familjebilen – och den billigare PV:n, med ekonomin och stort lastutrymme som främsta argument. Också 122S mötte ovationer från fackpressen:

A racing Volvo? Yessir, and how! Everything about it just shouts about the joy of being a racing car. It has that mean and purposeful look, it smells like a racing car, it sounds like two or three racing cars, and boy, it goes like a racing car!<sup>37</sup>

1960 förstärktes Volvos sportiga image ytterligare när P1800 visades på bilmässan i New York. Ungefär hälften av de P1800 som tillverkades fram till 1966 såldes i USA.<sup>38</sup> Under slutet av produktionsperioden hade andelen som gick på Amerikaexport ökats ytterligare; 1971–73 såldes 79 procent av P1800-bilarna (E och ES, dvs. sedan och combi) i Nordamerika.<sup>39</sup>

Volvo fick ordentlig draghjälp av teveserien *Helgonet* (*The Saint*, 1962–69) där Roger Moore körde en P1800. Helgonet var egentligen tänkt att ratta en Jaguar E-type, men den brittiska biltillverkaren kunde, eller ville, inte leverera en bil i tid till inspelningen. Producenten gjorde då en förfrågan hos Volvo som snabbt skeppade över en bil. PR-succén blev inte mindre av att Roger Moore även valde att köra P1800 privat. Försäljningseffekten av denna produktplacering var kanske allra störst i England, men också i USA var teveserien mycket populär och förstärkte ytterligare Volvos sportbilsimage.<sup>40</sup>

I reklamen för P1800 lanserades den som glamorös och exklusiv. Den ses parkerad i spännande storstadsmiljöer och vid anslående naturscenerier. I en broschyr från 1965 leker kvinnan, halvsittande på bilen, med två terrier, medan mannen mekar med ett flygplan. Och på mittuppslaget lämnas bilen i skogsbrynet av två jägare på väg ut i ödemarken. I en annan broschyr från samma år har ett till synes framgångsrikt, ungt par klivit ur bilen för att njuta av havsvindarna, ensamma på en sandstrand. Noterbart är att inget i reklamen ger några associationer till Sverige eller svenskhet, förutom möjligen reklamtexternas påståenden om bilens pålitlighet (vid exempelvis dåligt väder) och hantverkskvaliteten. Volvos nya sportbil var en i hög grad internationell stjärna.<sup>41</sup>



På sextioalet börjar också ett annat slags sportighet än bilsport dyka upp i Volvos marknadsföring. Det handlar om fritidsaktiviteter som sportfiske, ridsport med flera. Dessa knyts också stundtals till Sverige. 1963 beskrivs Sverige i *Volvo Extra* som ett vidsträckt, glesbefolkat och vackert land, där det finns gott om sjöar att bada och fiska i, och där man kan vandra i de svenska fjällen och se midnattssolen. Varför inte resa till Sverige på nästa semester? avslutas artikeln.<sup>42</sup>

Att laxfisket i norra Sverige nämns i artikeln är ingen slump. Under sextioalet förekommer flera bilder i Volvos marknadsföring, i synnerhet av herrgårdsvagnarna, där fiskesjön figurerar. Vid sidan om sportfisket dyker också golfutrustning upp i de amerikanska försäljningsbroschyren, omkring 1960,<sup>43</sup> och hästar i början av sjuttioalet.<sup>44</sup> Vid denna tid har Volvo också börjat söka sig mot mer välbeställda målgrupper.

Volvo försöker kombinera sportighet, i form av bilder och texter där bilarna knyts till idrottsaktiviteter, flygindustri och rally, med att bygga image av praktisk och säker familjebil. Redan med PV:n lyckades Volvo fånga in en målgrupp av småbarnsföräldrar som med saknad gjort sig av med (drömmen om) en tvåsitsig sportbil. Rent kvantitativt överväger bilder med småbarnsföräldrar stort i PR-materialet vid sextioalets slut, och det finns tydliga tecken på att Volvo börjar ge upp sin sportbilsimage.

Naturligtvis gjorde Volvo skillnad mellan sina olika modeller. I de pressbilder som fanns tillgängliga från Volvo 1969 placeras 140-seriens sedanmodeller ofta i mondäna stadsmiljöer eller vid havs- eller bergslandskap. Ofta körs bilden av en yngre välklädd man, med en kvinna i passagerarsätet. 164:an, den mest exklusiva modellen vid denna tid med en Bentleyartad grill, placeras i miljöer som associerar till brittisk lantadel. Amazonen uppvisar här vid slutfasen av sin produktionscykel (modellen slutade tillverkas 1970) de mest heterogena iscensättningarna: arbetsplatser, barnfamiljer och sportiga grusvägar.<sup>45</sup>

Under sjuttioalet började Volvo i stor skala att sponsra olika idrotter i syfte att bygga sin önskade varumärkesprofil. Omfattande engagemang investerades i tennis med start 1973, hästsport (1978), golf (1982), segling (1985) och freestyle skiing (1986). Skidsporten försvann efter OS i Calgary 1988.<sup>46</sup>

Volvos produktkataloger för herrgårdsvagnarna ger en god bild av vilka sporter/fritidsaktiviteter som varit trendiga bland företagets målgrupp. Golfklubbarna blir mindre frekventa under 1990-talet, till förmån för mountainbikes och bergsklättringsutrustning. I synnerhet

i modellerna med tilläggsbeteckningen xc (alltså tuffare stylade, fyrhjulsdrivna bilar) dominerar friluftsbilderna. Här återfinns alltifrån långfärdsskridskor och vinterbad till segling och kanotpaddling.<sup>47</sup> Under 1990-talet dyker även musikinstrument upp alltmer frekvent, vanligtvis cello. Volvo vill numer vara en klassisk bil som förknippas med stil och smak.



Just kombinationen sportig och rymlig bil (sportwagon) är en nisch som Volvo försökt muta in med början i P1800ES. Modellen var visserligen inte bilvärldens allra första sportwagon – det finns exempelvis MGB/GT – men den var tämligen framgångsrik och har senare följts av både turbomatade herrgårdsvagnar och formmässigt mer direkta uppföljare som 480ES.<sup>48</sup> I USA har Volvo ofta marknadsfört sina motorstarka helkombimodeller som just ”sportswagons”, exempelvis 850 Turbo.

Efter att P1800E och ES togs ur produktion 1973 förtunnades emellertid Volvos sportimage. Grand Tour-modellerna av 140- och 240-serien förmådde inte förmedla upplevelsen av att sitta i en europeisk sportbil, trots att de försågs med ”sporty clock-type instrumentation” under sjuttioalet, och turbomotorer i början av åttioalet.<sup>49</sup> Med mindre närvaro på tävlingsbanorna blev det istället så kallad ”customizing” som skulle upprätthålla imagen. Det mesta som såldes var ren kosmetika (spoilers, dekor, sportkläder), men det fanns också kit som ökade bilens prestationsförmåga.<sup>50</sup> Det var under denna period som det cementerades en bild av Volvo som en trist men funktionell familjebil, som förblev opåverkad av ökade hästkrafter och fartränder. Volvos image 1974 sammanfattades av *Road & Tracks* redaktör John Dinkel:

Mention Volvo and most people think of nothing but sturdy, practical transportation.<sup>51</sup>

Många turbobilar senare låter det likafullt likartat 1986:

For many, the Volvo name is synonymous with safety, practicality, dependability, and, yes, boredom.<sup>52</sup>

Motoreffekterna till trots uppfattades Volvo alltså alltmer som en tung prestigebil, snarare än en ungdomlig sportbil. Trots allt är image en immateriell kvalitet. ”[T]he words ’nimble’ and ’Volvo’ haven’t seen a lot of use together in the same sentence”, skriver *Road & Track* 1982.<sup>53</sup> Tjugo

är senare kvarstår bilden av Volvo som konservativ gubb-bil: ”Hmmm. Isn’t a sport Volvo a contradiction?”, frågar sig *AutoWeek* 2003.<sup>54</sup> Även om flera s-, GT- och senare Turbo-modeller fått utmärkta recensioner för sina sportiga egenskaper, förblir trygg men tråkig Volvos signum. På annat sätt kan det uttryckas som att Volvo hade haft en mycket stark varumärkesidentitet, men att denna inte sammanfallit med motorjournalisternas dröm om vad en bil bör vara. Och kanske inte heller med vad Volvo ville vara.



Under sjuttioalet började Volvo alltmer målmedvetet inrikta sig på ett högre prestigesegment. Redan 164:an (1969) och 264:an (1976) hade visat sig framgångsrika på den amerikanska marknaden, efter att japaniska märken tagit över stora delar av de billigaste prisklasserna.

Med introduktionen av 700-serien på åttioalet tog Volvo ytterligare ett steg upp i prestigehierarkin. Samtidigt gjorde Volvo sig av med de sista resterna av svensk anknytning. I de direktiv och marknadsförings-tips som spreds till återförsäljarna finns inte ett ord om skandinavisk form eller svensk kvalitet. Prestigesegmentet är påtagligt genus- och nationalitetsneutralt. Volvo jämför sig med väletablerade prestigemärken som BMW och Mercedes. Den viktigaste målgruppen sades vara volvoägare som eftersökte en mer prestigefull bil och som om inte 700-serien fanns skulle söka sig till andra bilmärken. Detta konsumentsegment illustreras i Volvos interna material 1982 av fyra medelålders vita män i kostym med attachéportföljer – och en dräktklädd kvinna.<sup>55</sup>

Försäljningsbroschyrerna blir vid denna tid mer påkostade. De domineras av färgbilder i hög kvalitet, tryckta på tjockt papper. Bilen visas ofta ensam upp, som om den vore en fotomodell, mot mörk bakgrund och med få andra miljöindikatorer än kanske gatsten eller en ålderdomlig gatlykta. Inga människor finns närvarande.<sup>56</sup> I den mån mer precisa miljöer finns med har de en tidlös exklusiv prägel som ett klassiskt grekiskt tempel, Michelangelos *David*, domen i Florens eller ett gnistrande down-town med skyskrapor.<sup>57</sup> Också i marknadsföringen av den äldre 240-serien, som fortsatte att produceras fram till 1993, försvinner bilderna av barnfamiljer och hundar alltmer under åttioalet, för att ersättas av påtagligt exklusiva och avskalade miljöer. Exempelvis står herrgårdsmodellen parkerad utanför en till synes exklusiv fransk restaurang, med en låda grönsaker och baguetter i bagageutrymmet.<sup>58</sup>



Utvecklingen bort från det specifika fortsatte. Vid millennieskiftet är en ansenlig del av bildmaterialet inte längre knutet till produkten bil, utan "livsstilsbilder". I en allt större del av bilderna finns nu överhuvudtaget inga bilar avbildade. Modellerna presenteras istället separat i kompositioner där flärd och fart accentueras. Människor återkommer i bilderna, men de är inte längre iscensatta som bilförare eller bilägare. Istället är det vuxna och nu åter många gånger barn som befinner sig i attraktiva miljöer, engagerade i lockande aktiviteter. Påfallande ofta befinner de sig vid havet.

Att bilderna dominerar på textens bekostnad hänger samman med synen på branding som en i hög grad visuell strategi. Konsumenterna förmodas lättare ta till sig visuellt material och införliva det med sina egna drömmar och visioner. Samtidigt ställer det större krav på bildmaterialet: det måste öppna sig för många olika slags människors längtan och fantasier. De miljöer som både bilarna och människorna vistas i, i fotografierna, är därför generella till sin karaktär. Det är kustsamhäl- len, downtowns, öknar, bergstrakter och vinterlandskap.

## Svensk kvalitet

Vid sidan av sportig, säker familjebil är kvalitet en egenskap som framhålls av och förbinds med Volvo. I det äldre materialet sammankopplas kvalitet med Sverige: "Buy Swedish quality – Buy a Volvo PV444".<sup>59</sup> I Sverige hade Volvo sedan fyrtioalet lanserats med hjälp av sloganen "Volvos värde varar". Den alliterationen fungerade inte på engelska, men Volvo använde länge slogans som "A product of superb Swedish engineering" och "Volvo a symbol of Swedish quality and workmanship".<sup>60</sup>

De amerikanska Volvo-handlarna kunde på femtioalet visa att medan en PV444 endast tappade 8 procent i värde under det första året, föll en amerikansk bil med upp mot 40 procent.<sup>61</sup> Visserligen var Volvo inte billig, men marknadsföringen lovade att det lönar sig att köpa dyrt; pris och kvalitet vävdades samman.

Bland motorjournalister uppfattades Volvo tidigt som en gedigen och stryktålig bil. I de tidigaste recensionerna kan också anas ett läckage från förkrigstidens reception av Sverige som ett tryggt och välordnat samhälle; PV444 är en bil som kan förväntas leva ett långt och bekymmerslöst liv.<sup>62</sup> Artiklarna återupprepar ofta utsagor i Volvos marknadsföring, men testerna i motortidskrifterna bekräftade också att märket var tåligt och pålitligt.

Ett skäl till att amerikanska konsumenter köper dyra Volvobilar är att de uppfattar sig betala för kvalitet. "Made in Sweden" betyder för dem tillförlitlighet, förväntad lång livslängd, och högt andrahandsvärde. Produktlandsforskning har belagt ett klart samband mellan bilarnas ursprungsland och konsumenternas kvalitetsuppfattning.<sup>63</sup> Undersökningar har visat att konsumenterna ofta förutsätter att bilarna tillverkas i bilmärkets hemland, och att statusen sjunker om de upptäcker att så inte är fallet (exempelvis Volkswagenbilar tillverkade i Mexico). Generellt tycks prestigeprodukter förknippas starkare med upphovsland än lågprisprodukter. Bilar hör till de produkter där upphovslandet spelar störst roll vid valsituationer.<sup>64</sup> Att tillverkningslandet var Sverige uppfattades som en garant för kvalitet. Därför var det en PR-mässig nackdel för Volvo att sportmodellen P1800 under sextiotalets första år monterades i England, trots att landet i och för sig förknippades med attraktiva sportbilar.<sup>65</sup> Emellertid tycks de Volvomodeller som monterades i Belgien och Holland inte ha fått sämre rykte i USA (även om de holländska bilarna haft problem med kvaliteten) än bilar sammansatta i Sverige.



Under de första åren framhöll Volvo gärna sitt svenska ursprung. I färgbroschyren *What's behind [Volvo quality?]* 1961 får vi följa makarna Philip och Janis Benson från Minneapolis, Minnesota, på en resa i Sverige för att söka svaret på frågan i rubriken.<sup>66</sup> På resan besöks Volvos underleverantörer som alla visar sig ha ett omfattande kvalitetstänkande. "Yes, now I realize that the quality my wife and I admired so much, and that made some of our neighbors a bit envious, is due largely to the conscientious and ambitious engineering and manufacturing specialists which Volvo has selected to build its subassemblies", konkluderar herr Benson.

En annan försäljningsbroschyr, från 1966, handlar nästan uteslutande om kvalitet och säkerhet. Volvo är byggd för dåligt väder och dåliga vägar, heter det. Rostskydd, lack och säkerhetstänkande presenteras, liksom krockdockan Oscar. Tidskriften *Car and Driver* citeras: "Slamming a Volvo door sounds like about eight and one half million dollars."<sup>67</sup> Där den amerikanska bilindustrin sades lägga ner stora summor på att få bildörrarna att låta bra när de stängdes, kunde Volvo förlita sig på att kvalitén ensam gav rätt ljudupplevelse.

Det är inte bara det svenska klimatet och vägarnas standard som fött fram Volvo. Svenskarnas körstil ligger också bakom denna svenska kombination av kvalitet, säkerhet och sportighet:

Without tremendous durability, Volvos would be reduced to rolling piles of metal in no time in Sweden. Like the Italians and the French, Swedes treat driving as a national sport. But they do their driving under conditions exciting enough to turn French and Italian motor sportsmen green with envy.

In the first place, winter – cold, snowy, icy winter – lasts well over six months of the year in Sweden. 70,000 miles of roads are unpaved. And outside of towns, there isn't a speed limit sign in the whole country.<sup>68</sup>

Ett ständigt återkommande omdöme i amerikansk press var att Volvo var funktionell och stryktålig, om än inte så modern och utseendemässigt tilltalande:

The Volvo 122-S is not the prettiest car known to man, nor is it the fastest. But it may be the strongest.<sup>69</sup>

Kopplingen mellan kvalitet och Sverige börjar försvinna ur Volvos marknadsföring under senare delen av sextiotalet. 1973 gav Volvo ut en påkostad broschyr med titeln "Quality. What's it all about?" i vilken Sverige inte anförs i andra sammanhang än när Svensk bilprovningens livslängdsstatistik refereras. Inte ens när klimattåligheten diskuteras nämns Sverige under sjuttio-, åttio- och början av nittiotalet, då texterna istället refererar till övergripande regioner som Skandinavien eller Norden:<sup>70</sup>

The Volvo is famous for its resilience and its winter driving characteristics. This should not really come as a surprise when one remembers that it has been developed and tested in Scandinavian weather conditions. Your Volvo is a native of the Nordic countries, after all.<sup>71</sup>

1974 öppnade Kalmarfabriken, Sveriges mest kända exempel på "ny fabrik" utan löpandeband. Även om arbetet med tiden blev alltmer likt vanliga monteringsfabriker, använde Volvo de "nya" produktionsformerna som ett försäljningsargument.<sup>72</sup> Om arbetarna själva kan påverka sitt arbete känner de större ansvar för slutprodukten, och kvaliteten blir högre. I den amerikanska reklamen framställs arbetet vid Kalmarfabriken på ett sätt som associerar till hantverksmässig produktion: "...the atmosphere resembles a workshop more than a factory."<sup>73</sup> Kalmarfabrikens litenheten blev ett uttryck för exklusivitet. "Made in

Kalmar, Sweden” var tänkt att bli synonymt med kvalitet.<sup>74</sup> Nedlagd tid blev under det sena 1900-talet ett allt viktigare marknadsföringsargument. Liksom orientaliska matthandlare betonade de exklusiva bilmärkena arbetstimmarna som lagts på bilen: ”Building the Volvo 760 is time consuming. As can be seen.”<sup>75</sup> Den hantverksmässiga produktionen kostade, men gav bättre byggda bilar till resultat. De svenska kalmararbetarna positionerades så långt från amerikanska löpebandsarbetare som möjligt:

The working conditions at Kalmar are the best. Large windows allow lots of daylight inside, the work areas are spacious and quiet. There is a special spirit, a rare kind of team spirit. There is always time for a joke and a pat on the shoulder. The people at the Kalmar factory take on a great personal responsibility for the work they do. If someone makes a mistake while assembling for instance the heating system, he himself is the one who will correct it. They are a proud sort, and the cars they make are the best Volvos ever.<sup>76</sup>

Arbetstimmarnas nationalitet spelar dock ingen roll för Volvo. Det gjordes vid denna tid inga ansatser att binda samman bilarna med en tradition av svenskt hantverkskunnande. Signifikativt är att när Volvo 850 kunde erhållas med delar av inredningen i valnöt – detta var under 1990-talet när tecken för naturlighet var viktigt i designen – marknadsfördes det som uttryck för belgisk hantverksskicklighet.<sup>77</sup>

## Svensk form?

Vi har sett att Volvo inte ens på femtiotalet använde Swedish Modern och Scandinavian Modern som försäljningsargument, vilket man kanske kunde ha förväntat sig i en tid då begreppen var laddade med positiva konnotationer. Däremot började man omkring 1960 använda begreppet ”Scandinavian Design” i samband med Volvo 122S vilket tycks ha varit ett sätt att dra nytta av uppmärksamheten kring nordisk formgivning.<sup>78</sup> Modellen var också den första som tagits fram under ledning av en utbildad formgivare, Jan Wilsgaard.<sup>79</sup> I en färgbroschyr från 1960 sägs 122: an kombinera ”the sturdy qualities of engineering achievements and the restrained beauty of outstanding Scandinavian design”.<sup>80</sup>

Mot slutet av sextiotalet, när Volvo byggt upp ett starkt självständigt varumärke, upphörde talet om skandinavisk design. Det finns överhuvudtaget få svenska markörer i Volvos reklam, förutom att foton till broschyrerna ibland tagits i Sverige. Istället för Scandinavian

Design lanseras 240-serien 1975 med abstrakta begrepp som "stylish appearance". Landskapen, vägarna och människorna i reklambilderna är generella och placerar inte Volvo i någon specifik geografisk eller nationell kontext.<sup>81</sup> Inte ens under rubriken "Design" framhålls längre någon skandinavisk hemhörighet. Volvo tar steget från Swedish Modern till International Style; de anslående kofångarna och de stora halogenlamporna är inte "a stylistic gimmick", utan ett uttryck för att "Volvo form certainly follows function".<sup>82</sup>

Hanne Niss har i sin forskning om nationalitetens betydelse i marknadsföringen noterat att landsmarkörer främst används av företag som är nya på marknaden, och som önskar att få draghjälp av associationer som är knutna till landet.<sup>83</sup> Det stämmer väl in på hur vi sett Volvo använda "svensk kvalitet", "hantverkskunnande" och "design" under den första tioårsperioden. Volvo underströk de nationella markörer som man ansåg sig kunna dra nytta av, samtidigt som det talades tyst om dem som kunde skada företagets möjligheter att växa på marknaden. Att detta slags associationer (PCI) ligger utanför företagets kontroll är ett viktigt skäl till varför man upphör att använda dem när varumärkesbygget nått en tillräckligt autonom nivå. Undersökningar har visat att företag som ser tillbaks på sin inledande strategi upplever nationalitetsreferenser som en "barnsjukdom".<sup>84</sup>

Att de nationella markörerna nästan försvann från Volvos marknadsföring kan också hänga samman med att förbindelserna mellan USA och Sverige/Europa försämrades, som en följd av bland annat Vietnamkriget. Volvo ansåg sig inte längre ha något att vinna på att lyfta fram sin svenskhet. Detta skifte i marknadsföringen behöver dock inte ha inneburit att färre förknippade Volvo med Sverige, åtminstone inte i ett kortare perspektiv. Att inte nämna Sverige i samband med Volvo kan också tolkas som att bilens nationella ursprung var en självklarhet hos målgrupperna. Det finns överlag en stark koppling mellan bilmärken och nationalitet som gör upplysningar om ursprungsland redundant i marknadsföringen:

Oprindelseslandet behøver ikke at være eksplicit nævnt i firmaernes produktannoncering, men det vil næsten altid være en del af bilernes totale image. Volvos image er skabt delvist på baggrund af Sveriges tekniske image: vognens sikkerhed er konsistent med vores opfattelse af den svenske velfærdsstat og svenskernes mani med omsorg for den enkelte. Det franske ved Citroën er uvægerligt en del af Citroëns identitet – alle vegne undtagen selvfølgelig i Frankrig, hvor det tages for givet. At bilen er fransk behøver ikke at fremgå af

annonser i utlandet, men de flesta forbugere *ved* det, og det skaber i sig selv en del af mosaikken omkring dets betydning.<sup>85</sup>

De nationella markörernas försvinnande är emellertid även ett uttryck för en vid denna tid rådande uppfattning inom internationell marknadsföring att ursprungslandet inte var en nödvändig eller positiv beståndsdel av en produktidentitet. Tvärtom betonades att det var en fördel om varorna uppfattades som inhemska.<sup>86</sup> Därför hade Volvo långtframskridna planer på en amerikansk monteringsfabrik för personbilar i Virginia 1973. Volvo var tidigt ute – det skulle blivit den första utländska bilfabriken i USA i modern tid – men strax efter beslutet försämrades försäljningen dramatiskt.<sup>87</sup> Kort därefter startade andra utländska biltillverkare tillverkning i USA, flera med stor framgång. Volvo hade sedan tidigare en monteringsfabrik i Nordamerika i Halifax, Kanada (1963–89).<sup>88</sup> Det påverkade antagligen inte företagets image i USA, men användes i den kanadensiska marknadsföringen.<sup>89</sup> Med tanke på Sveriges status som tillverkningsland behöver det inte ha varit till långsiktig skada för Volvo att företaget tvingades skrinlägga sina planer på att öppna en amerikansk fabrik.

Produktlandsforskningen har undersökt och pekat på komplexiteten i hur uppgifter om ursprungsland påverkar olika potentiella kundgrupper. Det är välkänt att tysktillverkade bilar över lag har rykte om sig om att vara av god kvalitet.<sup>90</sup> Bland vissa grupper kan dock tyskhet signalera tråkighet och konformism. Men störst problem har de tyska biltillverkarna upplevt i den, inte minst hos USA, viktiga judiska befolkningen.<sup>91</sup> Volkswagen lade en gång i tiden ner stora resurser på att få bubblan att uppfattas som en hippiebil snarare än en hitlerbil.

Sverige och Skandinavien associeras, som framgått tidigare, främst med positiva värden som hantverkskunnande och god design. Men även med socialism, självmord och synd, som följande citat ur *Car and Driver* 1977 visar:

In recent years the Volvo has become a rolling symbol of the Swedish national dilemma – safe, prudent, right-thinking, good-intentioned and rather boring. The country seems inordinately fascinated with its own navel, elaborately concerned lest it stumble, suffering all kind of socialist mid-life crisis. Recent Volvos have reflected all this. Stodgy cars that took no chances, claiming safety and long life as their most important attributes, they found instant success with a handful of jaded pipe-smokers and aging ban-the-the-bomb people, but these were not enough to sustain a fall-court press in the Ameri-

can market. The hot-blooded enthusiasts who first took Volvo to their hearts in the Fifties and early Sixties drifted away to other marques.<sup>92</sup>

De problem som svenska biltillverkare ställs inför inom COO-komplexet är antagligen väsentligt mindre än många andra länders, men de ska samtidigt inte underskattas. Att Volvo talade tyst om sin svenskhet under perioden från sent sextiotalet fram till mitten av nittiotalet kan ses som ett aktivt förhållningssätt till denna problematik. Mentala bilder av andra länder är seglivade. Så sent som 1991 associerade en motorskribent den nya Volvo 960 med körning på "dark, cold, rainy Swedish roads seen in Bergman movies".<sup>93</sup>



Vid sidan av sportig image hade Volvo redan med PV544 och Amazon/120 börjat bygga en – måhända kontrasterande – image av säkerhetstänkande kring märket. Laminatglas infördes på PV:n redan 1944 och trepunktsbälte blev standard 1959. Amazonen får en mjukt stoppad instrumentbräda, styrrstång som viker sig vid krock och trepunktsbälte i framsätet, vilket fick *Roads & Track* att utbrista: "the safety-conscious Swedes have inaugurated many features we've long advocated for cars and would like to see incorporated, in all passenger vehicles".<sup>94</sup>

Tekniken för att skydda trafikanterna vidareutvecklades i de följande modellerna (140, 240, 740) i dialog med skärpta säkerhetskrav i USA. 1967 började 144:an säljas med tvåkretsssystem för bromsarna som en stor nyhet. Även krockupptagningsförmågan och kupéns utformning vittnade om ett avancerat säkerhetsarbete. Från och med 1970 års modell blev nackstöd fram standard, 1971 bältesvarnare och 1974 de breda kofångarna.<sup>95</sup> Karossens visuella signaler om "säker bil", förstärktes ytterligare med 240-serien 1974.

Säkerhet och trygghet är egenskaper som kan förväntas appellera särskilt till barnfamiljer, och Volvos 240-serie utsågs av *Car and Drivers* läsare till årets bästa familjebil 1975.<sup>96</sup> Hela tolv år senare vann samma modell *Family Circles* läsareomröstning om "the family car of the year". Till bilden av Volvo som familjebil hör satsningen på stora helkombibilar, herrgårdsvagnar ("stationwagons" i USA). Detta "Volvodrag" etablerades redan på femtiotalet, med Volvo Duett.<sup>97</sup> Herrgårdsvagnarna har utgjort en stor del av Volvos försäljningsvolym i USA – omkring 30 procent under långa tider.<sup>98</sup>

Imagen av säker bil lät sig sömlöst förenas med bilden av Sverige som ett land med hög social välfärd (PCI). Volvo tar hand om sina medpassagerare på ett likartat sätt som Sverige tar hand om sina medborgare. Under 1990-talet började Volvo mer aktivt utnyttja kopplingen till det svenska välfärdssamhället. Eller som en designer på Volvo uttrycker det:

We at Volvo Design decided that we will enhance our Swedishness... use it as a guideline in the future... If you consider Sweden as a caring society, what would be more caring than a Volvo car with its safety? A Swedish company couldn't design and build non-safe products knowingly. So I think that reflects the Swedish society immediately.<sup>99</sup>

Antagligen kan vi tala om mer än en spegling av Sverige. Volvo inte bara re-producerar föreställningar om Sverige som ett säkerhetsfanatiskt land, där det mesta är reglerat, utan är också en medproducent av detta slags stereotyper. Den dominerande Sverigebilden bildar grund för Volvos trovärdighet som säker bil, samtidigt som Volvo förstärker denna bild genom att anknyta till de skandinaviska välfärdsstaterna.<sup>100</sup> Det finns också möjligheter att låta betydelsebildningarna glida. En stereotyp om Sverige är tråkighet. Tråkigheten kan i sin tur associera till mer positiva värden som stabilitet, skötsamhet och noggrannhet, vilka Volvo kan dra nytta av.

Just relationen mellan Volvos och Sveriges respektive image kom till uttryck i amerikanska medier när det blev känt att generalen och senare utrikesministern Colin Powell hade en Volvo Amazon (122).

For those of us who have owned an old Volvo, it was no surprise that General Colin Powell decided not to run for president. The Volvo 122 is about the most boring piece of vehicular engineering ever created. No one who enjoys tinkering with such a machine could possibly also harbor a desire to run for president.<sup>101</sup>

Den enda upphetsning en volvoägare känner, fortsätter krönikan, är att se milmätaren uppnå sexsiffriga tal.<sup>102</sup> Å andra sidan är det kanske just den sortens kvaliteter man vill se hos landets politiska ledare. Krönikan kan uppfattas som förebådande den utveckling som skulle följa. Tio år senare avskedades Powell som utrikesminister efter att ha framstått som den mest moderata kraften i upptakten av Irak-kriget.

So what does Colin Powell's choice of cars tell us about him? If people are like their cars, he's solid, reliable and built for endurance, not speed. He's also



straight forward and fairly thick-skinned, but not long on imagination. [---] Colin Powell understands the value of keeping things going in the right direction, odometer ticking off the miles, not much excitement. People with Citroen-Maseratis [sic] screw things up by messing around with them; if those things were the government, it would conk out.<sup>103</sup>



Under sjuttio- och åttiotalen är det nästan enbart i den så kallade *Tourist and Diplomat Sales* som Volvo använde sig av Sverige och svensk kultur för att sälja bilar. Huvudargumentet var att det var fördelaktigt för amerikaner, på semester eller utlandstjänstgöring, att köpa sin bil i Europa och skeppa över den till USA. Volvo började erbjuda detta slags försäljning 1956 och hjälpte till med det mesta av arrangemanget. I samband med köpet kunde man passa på att se Sverige.

Under sextioalets första hälft uppmanade Volvo i sina broschyrer amerikaner som funderade över att semestra i Europa att ta med sig en svensk bil hem. Företaget vände sig också till amerikanska soldater som var stationerade i Europa. I broschyrerna avbildas med färgreproduktioner PV:ar och Amazoner i nordiska landskap, men också i kulturmiljöer. Somliga av dessa är svåra att bestämma, och signalerar endast allmänt "medeltid" eller "gammal kultur". Vid andra har bildtexter satts ut: "Volvo 544 – in the background the Stockholm City Hall"<sup>104</sup>

Även under sjuttioalet, då Sverige inte användes särskilt frekvent av Volvo i marknadsföringen, erbjöd Volvo flera kombinationsmöjligheter vid hämtning av bilar, exempelvis "Midnight Sun Delivery", med avhämtning i Kiruna och "Looking through the glassworks", med en fyradagarstur i Glasriket.<sup>105</sup>

Det Sverige som Volvo säljer och tar draghjälp av, under denna period, är stereotypen om det traditionella, förmoderna bonde- och hantverkslandet. På omslaget till en presentationsbroschyr för *Tourist and Diplomat Sales* 1979 finns en tecknad bild med röda stugor med en svensk flagga vajande på flaggstången, blond dalkulla vid midsommarstång och midnattssol över snöklädda fjäll.<sup>106</sup> Först under 2000-talet har detta kompletterats med bilden av det "nya" Sverige, exempelvis som matland, i takt med svenska kockars internationella framgångar.<sup>107</sup>



I de globaliseringsdiskussioner som fördes vid ingången till 1990-talet framhölls ofta att nationella markörer skulle med den tilltagande internationaliseringen bli ointressanta. Men utvecklingen gick åt motsatt håll. På den globala marknaden blev nationella tecken ett effektivt differentieringsverktyg: "Anvendelse af nationalitet er en af måderne, hvorpå man kan forsøge at skille sit produkt eller sin virksomhed ud fra konkurrenterne og positionere det i forbrugernes bevidsthed", skriver Hanne Niss.<sup>108</sup>

Volvo var dock långsamt med att dra nytta av sitt ursprung. En förändring inleddes omkring 1991. Detta år anställs engelsmannen Peter Horbury (f. 1950) som chefsdesigner och samtidigt byter Volvo reklambyrå i USA. 1992 börjar Volvo 850 att säljas. I reklamen uppmanas kunderna tänka om. Volvo är inte längre en långsam, fyrkantig pansarvagn för barnfamiljer.<sup>109</sup> Till det yttre var förändringarna försiktiga, men under huven dölde sig en 5-cylindrig motor och framhjulsdrift. För första gången på flera decennier började Volvo använda märkets COO för att differentiera sig mot andra biltillverkare. 1992 visade Volvo även upp miljökonceptbilen EEC. Liksom fallet varit med flera tidigare konceptbilar förebådade formerna hos EES vad som komma skulle.

Vid större omgestaltningar måste hänsyn tas till att konsumenterna ska känna igen märket i de nya modellerna. Olika märken uppvisar olika grad av visuell kontinuitet genom historien. Ända sedan sextiotalets slut hade Volvos bilar liknats vid transportlådor genom sin dominanta, fyrkantiga gestalt. Denna form associerades med en rad viktiga Volvoegenskaper, som säkerhet, robusthet och funktionalitet. Att göra sig av med den distinkta lådformen med betonade kofångare innebar alltså en påtaglig risk. Peter Horbury betonar att konsten låg i att omgestalta Volvo utan att förlora Volvos identitet:

We had to be very careful that we maintained the recognition of Volvo, because it stood for a lot of things, even if it didn't stand for beautiful design.<sup>110</sup>

Det var alltså frågan om försiktiga förändringar – revolutionära brott är inget som ingår i Volvos image. I de interna instruktionerna inför lanseringen av 850-modellen talas, tämligen abstrakt, om att tillföra värden som körglädje, teknik och design.<sup>111</sup>

Även Volvos "Brand Strategy" från 1997 är vag när det kommer till formuleringar om ursprung och nationalitet:

- ...Volvo will distinctly, decisively and consistently
- sustain and develop its brand position as a recognised leader in safety and...
- be ranked as a leader in terms of environmental care among the world's top producers of automotive and transport products, equipment and systems.<sup>112</sup>

Volvos kärnvärden vid denna tid, "quality, safety and environmental care", är alla nationslösa.

Sportkupén C70 visades första gången i Geneve 1996 och började säljas i USA 1998. Tillsammans med S80 blev den utseendemässigt en nystart för Volvo. "This is the first Volvo we've ever heard anyone call cool", skrev *AutoWeek* om C70:an.<sup>113</sup>

Skiftet i uttryck skedde alltså stegvis med modeller som 850, S/V40 och S/V70, från bakhjulsdrift till framhjulsdrift, och från robust transportlåda till "skandinavisk" design. Med en tankemodell som jag tidigare använt i kapitlet om femtiotalets skandinaviska design, kan vi se denna förändring som ett sätt att ta sig ur ett hämmande spårberoende. Alltför betonade tecken för säkerhet, familjebil etc. kan verka kontraproduktivt. Vem vill bli påmind om att det är farligt att åka bil? Vem vill alltid känna sig som en praktiskt sinnad förälder?

S80 lanserades 1998, med ett visuellt uttryck som starkt skilde sig från hur en Volvo förväntades se ut. Formerna hade mjukats upp och karossen fått mer dynamiska kurvor. Inte minst karossens förlängning i bakljusen gav ett uttryck, som gjorde den nya modellen enkelt identifierbar också bakifrån (de flesta bilar har annars sina mest differentierande former framtill). Liksom de flesta andra biltillverkare upphörde även Volvo med utstickande kofångare till förmån för integrerade, lackade i bilens färg. För Volvos del innebar detta att man övergav det som tydligast symboliserade säkerhet hos modellerna. Karjalainen har tolkat de betonat tjocka dörrarna på de nya modellerna som ett substitut, ett nytt tecken för säkerhet.<sup>114</sup> Tecken för säkerhet är betydelsefullt, eftersom det som verkligen gör bilen säker inte är synligt på ytan. S80 var den första modell att få fem stjärnor i NHTSA:s krocktest.<sup>115</sup>

Samtidigt infogas "skandinavisk formtradition" i varumärkesbilden. Enligt Hedvig Hedqvist anpassades nu även interiörerna "till den skandinaviska formkänsla och kvalitet som enligt Volvodesignerna finns i Aaltos, Mathssons och Wegners möbler eller Torun Bülow-Hübes skulpturala silverformer".<sup>116</sup> Detta är också Volvos egen bild av sina nya modeller. I reklamen förbinds de med välkända skandinaviska formikoner som exempelvis Arne Jacobsens Myran.

## FASHION AND THE CAR



When Jakob, the very first Volvo, was greeted by the world in 1927, European car trends dictated either extremely complicated and costly designs—or the opposite through mass production. But Swedish Jakob fitted neither description; Volvo's aim was to make a reliable car that was safe and comfortable. Since Jakob, we've given the world around seven million reliable, safe and comfortable cars. These days they are technically advanced. But we still stick to the same common-sense idea of making a quality product, rather than conforming to the latest fad. A Volvo must always be a Volvo.

Det är de vanliga stereotyperna om skandinavisk form som anförs av Volvos designers och marknadsförare: enkelhet, ljushet, funktionalitet med mera;<sup>117</sup> "In terms of purity of form, I wanted it as Swedish as possible", säger Peter Horbury.<sup>118</sup>

Den som vid sidan av Horbury hade störst betydelse för förändringarna av Volvos utseende var mexikanaren José de la Vega. Han hade i början av nittiotalet lett Volvo's Strategic Design Group när Volvo VCC togs fram. Att en engelsman och en mexikan var de ledande designkrafterna kan mycket väl ha förstärkt "skandinaviseringen" av Volvo, eftersom det är lättare att uppfatta särdragen om man kommer från en annan kultur.<sup>119</sup> Det är också med andra kunder än de skandinaviska som adress, som Volvo accentuerat sin skandinaviska tillhörighet. En designer förklarar:

*Jakobs söner.  
Volvos utvecklings-  
historia i broschyr  
XXX. Foto: Jens  
Östman. Kungliga  
biblioteket.*



To recognise and apply Scandinavian design is maybe even easier if you're not Scandinavian, because we do not apply Scandinavian design in this car to please the Scandinavians, but to please the rest of the world. So the translation has to be recognisable also by people not from Scandinavian countries.<sup>120</sup>

Volvos Barcelonastudio sägs ha arbetat med att kombinera "Scandinavian purity with a Mediterranean twist".<sup>121</sup> Men även om skandinavisk enkelhet framstår som något essentiellt hos Volvo för dem som arbetar med formgivningen, och kanske också för konsumenterna, ligger det skandinaviska hos Volvo främst i de associationer som knyts till varumärket och dess produkter.<sup>122</sup> En annorlunda utformad baklampa gör inte Volvo mer skandinaviskt, utan förutsättningen för en förändrad reception ligger bland annat i de bilder och berättelser som företaget sprider, internt och externt.

Associationer materialiseras också i de byggda bilarna. En betoning av Volvos historia som en säker bil, leder rimligen till ambitioner att också fortsättningsvis bygga säkra bilar. (Jämför diskussion om Thomas teorem i inledningen av del 1) Och en betoning av skandinavisk designkultur kan leda till förändrad formgivning av Volvos interiörer. Karjalainen skriver:

The cars [S50 and V40] have a unique, free-floating centre stack that links the tunnel console with the instrument panel. [---] This element has strong symbolic contents referring [to] the Scandinavian design heritage. As one interviewee described, this element is "a simple piece of Scandinavian furniture".<sup>123</sup>

Detta är alltså de kopplingar som Volvo vill att vi ska göra. Hedvig Hedqvist berättar från en presentation på Volvo Göteborg 1999:

Väggarna i rummet där vi befinner oss är tapetserade med exempel ur den stolta designhistorien uppblåsta till megaformat: Hasselbladaren, en detalj av en karmstol i ljus trä och läder, en Jensenklocka, en suggestiv modebild, modern arkitektur. Exklusiva föremål som inte bara ringar in den skandinaviska formen utan också är produkter som uppskattas av de människor som Volvo ser som sin målgrupp.<sup>124</sup>

Volvo approprierade alltså den bild av Scandinavian Design som officiella företrädare för de skandinaviska länderna omhuldat sedan femtiotalet, och låter den betecknas genom exempelvis kurvaturen hos en baklampa. Från att under en lång tid ha undertryckt sina svenska rötter blir Volvo vid millennieskiftet angeläget om att föra fram dem som en kvalitet. Peter Horbury igen:

Det är viktigt att rötterna är svenska. Vi vill fortsätta att betona den känsla för ljus, funktion och tidlöshet som finns här. Vi gör en svensk bil.<sup>125</sup>

Denna förändrade attityd hos Volvo sammanföll med en påfallande retrovåg inom internationell bildesign. Nissan var först ut med Figaro 1989, Volkswagen lanserade Beetle 1998, Austin/BMW Mini Cooper 2001 och Chrysler PT Cruiser 2001. Även om Volvos senare modeller inte direkt hakar på retrovågen, finns tydliga hänvisningar till äldre modeller. V-formen på Volvo S80 hämtar sin inspiration från Amazonen och midjekurvan har en föregångare på PV544.

Volvo S80 har en identitet som ger återkopplingar till tidigare Volvobilar utan att bli sentimentalt retro, sammanfattar Peter Horbury.<sup>126</sup>

Vad som är sentimental retro kan förstås diskuteras. Som en del av bygandet av företagets historiska berättelse deltog Volvo storstilat på veteranbilmässan i Essen 2005, med Volvo-grundaren Gustaf Larssons tjänstebil (en PV36), konceptbilen Philip (design Jan Wilsgaard) och Volvo PV544 (för att lyfta fram de sportsliga framgångarna).<sup>127</sup> Även i reklamfilmerna har märkets historia framhållits under 2000-talet.<sup>128</sup>

I betoningen av märkets genealogi, visuellt såväl som diskursivt, följer Volvo en internationell trend.<sup>129</sup> Differentieringen mellan olika bilmärken sker just genom subtila nyanser i berättelser och design. Det är en etablerad sanning inom så kallad global marknadsföringsteori att om man formger en bilmodell efter vad genomsnittsmarknaden efterfrågar blir den med största sannolikhet ett kommersiellt misslyckande. Istället tas modeller fram med stora men specifika målgrupper i sikte – för Volvos del det övre prissegmentet av den amerikanska bilmärknaden – och sedan genomförs mindre justeringar i designen eller berättelsen för att göra den attraktiv också på andra marknader. Eftersom många modeller delar samma teknik och är byggda på samma plattformar blir design och berättelser allt viktigare instrument för produktdifferentieringen.

Christina Zetterlund beskriver det som att Volvo vid denna tid skapade en mer specifik berättelse, att företaget koncentrerade "sig på att särpräglade innehållet i sin identitet istället för att anpassa sig till internationella normer". I denna strategi ingick just en markering av företagets skandinaviska tillhörighet. "Volvos varumärkesvärden, kvalitet, miljö och säkerhet, skulle uttryckas genom en 'skandinavisk enkelhet'."<sup>130</sup>

Under de inledande åren på 2000-talet fortsatte Volvo att tala om "skandinavisk design".<sup>131</sup> I det interna materialet som gick ut till återförsäljarna inför lanseringen av Volvo S40 2004, positionerades modellen som "dramatic Scandinavian design". Därmed anpassar man retoriken till målgrupper som är mer intresserade av mode och design än av bilar per se. Målgruppen definieras som mer dynamisk än Volvos traditionella kunder, urbana singlar eller unga par. Dessutom spåddes många vara välutbildade kvinnor med medelinkomst.<sup>132</sup> Volvo C30, lanserad 2006, är mer tydligt nischad mot unga storstadsbor. Liksom alla modeller under 2000-talet har den ett distinkta uttryck också bakifrån. Glasluckan erinrar om P1800, och i ironiska reklamfilmer och på webbsajter uppmanas tittarna rösta om bilen är vacker eller ful.



När nu Volvo åter börja markera sin skandinaviska tillhörighet uppstod ett problem som inte fanns på femtio- och sextiotalen: 1999 köptes Volvo av Ford. Är Volvo då fortfarande en skandinavisk bil? I information till säljarna lärs svaret ut på frågor om nationellt ursprung:

Q. I know Volvo is owned by Ford. How much of this car is Ford-driven?

A. The S40 (and all Volvo models) features true Scandinavian design. The new S40 will be built in Ghent, Belgium. Ford is our parent company; yet we remain true to Volvo values of safety, quality, and environmental care.<sup>133</sup>

När det kommer till produktdesign fungerar Volvo fortfarande som ett fristående bolag.<sup>134</sup> Men behovet att framhålla ursprunget har generellt förstärkts i takt med att alla bilmärken blivit nationella assemblage. Många modeller av olika märken delar numer plattform och är i grunden snarlika produkter. Monteringsfabriken ligger ofta inte i bilmärkets "hemland" och en majoritet av komponenterna är importerade. Ändå påstås det nationella ursprunget ge bilarna särskiljande temperament.

Inom bilindustrin har man börjat tala i liknelser av gener och DNA. Volvo S40 utvecklades från samma tekniska grund som bland andra Ford Focus och Mazda 3.<sup>135</sup> Ändå upplevs de tre bilmodellerna ha olika nationaliteter.

Men vad är det då som gör designen skandinavisk? Ledtrådarna i Volvos eget material är få. Den mjuka fronten och den tvärt avskurna bakdelen hos S40 ("the 'Comet' look") är en av få konkreta saker som omnämns som "clean and distinctly Scandinavian design".<sup>136</sup>

## Volvoförarna

Jag har inte haft tillgång till Volvos egna kund- och marknadsundersökningar. Tyvärr. Men det går genom andra källor att göra sig en ganska god bild av vilka grupper som under åren valt att köpa och köra Volvo i USA, och varför. En viktig källa är de amerikanska motortidskrifternas undersökningar. De bygger visserligen på relativt små urval – oftast några hundra svar – men har den stora fördelen av att vara oberoende av bilindustrin.

1965 publicerades en undersökning i *Road Test*. Den svarar inte på vem som kör Volvo, men ger en fingervisning om varför. 75 procent



uppgav att bilen var excellent (+ 20 procent att den var bra) och 63 procent skulle köpa samma märke igen. Särskilt höga betyg fick köregenskaper ("handling"), det gedigna utförandet ("workmanship") samt låga driftkostnader.<sup>137</sup>

I en undersökning i *Road & Track* 1969 dominerade unga förare i åldersspannet 21–30 år. De tre mest frekventa yrkena var ingenjör, student och tekniker. Geografiskt fanns de flesta Volvobilarna i delstaten New York, följd av Kalifornien, Massachusetts och Florida. Skälet till varför de valt Volvo var kvaliteten, tillförlitligheten, bränsleekonomi, säkerhet och komfort. I genomsnitt uppgav 82 procent att de skulle köpa en Volvo också nästa gång.<sup>138</sup>

Åtta år senare, 1977, baserat på 240-serien, hade mediangruppens ålder ökat till 35–39 år. Den största yrkesgruppen var nu direktörer (21 procent) följd av ingenjörer och försäljare. Lärare, läkare och advokater var också välrepresenterade. Som skäl till valet av bilmärke angav de flesta interiörutrymmet, komfort, kvalitet, tillförlitlighet och gott hantverk. Många lade också till säkerhet, trots att det inte fanns upptaget som valbart alternativ. Märkestroheten hade fallit drastiskt sedan 1969 till endast 67 procent, den lägsta siffran bland alla undersökta bilmärken.<sup>139</sup>

Ett viktigt skäl till att Volvoägarna tänkte byta märke var den kraftiga prisökningen. *Road & Track* sammanfattar:

It seems to us that Volvo have lost some of their sporting nature since the days of the 1800, 122 and 144, so too have they lost the type of enthusiast buyer who remains loyal to the marque, moving up market within the same brand's product offerings. Today's Volvo buyer seems to want a comfortable car with a decent amount of space, reasonably good fuel economy and a certain prestige level, but doesn't really care whether it's a Volvo or not.<sup>140</sup>

PCI mäts inte i undersökningarna, men Volvos förlust av trogna märkeskunder sammanfaller i tiden med den stora expansionen för japanska bilar i USA, inte minst inom de lägre prissegmenten. Japan får också alltmer en image av att tillverka bilar med hög kvalitet.

Med tiden lyckades Volvo ändå väl med att förflytta märket till ett högre pris- och prestigesegment. 1982 sålde Volvo bäst av alla europeiska märken i USA.<sup>141</sup>

I slutet av åttiotalet hade Volvo blivit ett etablerad prestigemärke, som kördes av unga framgångsrika börsmäklare, dataprogrammare, tandläkare och advokater:

Volvos, like BMWs, had somehow been tagged by the capricious standards of popular culture as the hip car for young professionals riding on a Wall Street high.<sup>142</sup>

Men, som påpekats tidigare, äldre stereotyper och associationer hänger ofta kvar, och Volvo strävade målmedvetet efter en exklusivare och gärna mer dynamisk framtoning. När 850GLT presenterades hade *Road & Track* underrubriken "This is not your Uncle Olaf's Volvo", som vittnar om att märket fortfarande associerades med skandinaviska immigrantmiljöer.<sup>143</sup> Just formuleringar om "Uncle Olaf" är mycket frekventa i artiklar och bloggar om Volvo. Olaf är den mytiske Volvo-ägaren i Minnesota eller norra New England, med skandinaviskt påbrå, som i evighet hållit fast vid sin svenskbyggda skokartong.

Volvo konstaterar vid mitten av nittiotalet att varumärket hade en starkare position än vad marknadsandelen visar:

The brand name has a high level of credibility and is strongly associated with safety, quality and environmental concern. Other values must be incorporated to encompass attractive and distinctive styling and more attractive values in order to elevate Volvo to "preferred choice" status and to underline the overall economic benefits among prioritised groups.<sup>144</sup>

Vad som är attraktiv formgivning är förstås en smakfråga, utan att det gör den individuell eller subjektiv. Det som stora grupper uppfattar som attraktiv form följer tydligt urskiljbara strömningar och trender.

Volvo har aldrig varit kvinnornas bil. Det finns något enstaka undantag, men Volvos reklam har före 2000 genomgående en extremt manlig dominans. Till en del kan det hänga samman med att Volvo haft få modeller som vänt sig specifikt till en kvinnlig kundkrets (exempelvis mindre shoppingbilar).

På 2000-talet börjar dock Volvo, som framgått ovan, mer aktivt vända sig till kvinnor, med modeller som V40, S40 och C30. Broschyren fylls därför av ett annat slags livstilsbilder, exempelvis tjejer som handlar i välsorterade livsmedelsaffärer. Nu återkommer också kvinnliga förare på bilderna, efter ett nästintill fullständigt uppehåll på trettio år.<sup>145</sup>



Volvo har under åren manövrerat märkets image och positioneringen av modellerna i förhållande till skiftande förutsättningar, exempelvis växelkurs och förändringar i efterfrågan. Från att ha varit en relativt

billig, sportig europé, över praktisk familjebil, till att bli ett exklusivt märke.

Det mest paradoxala är att Volvos designmässigt gammalmodiga framtoning länge varit en nyckel till framgång. Medvetet eller inte har det slagit väl ut på en i grunden mycket konservativ marknad som den amerikanska. Redan innan något av de svenska bilmärkena introducerades i USA konstaterade *Motor Trend* att Volvo var "more Americanized in design" än Saab.<sup>146</sup>

Det är slående att det mest frekventa uttrycket om Volvo-bilar är "conservative". Vanliga är även varianter på påståendet att Volvo är "well adapted to American requirements" samt att modellerna är funktionella kompromisser.

Redan i de första recensionerna av PV444 förvånades motorjournalisterna av den ålderdomliga formgivningen:

Looking at the Volvo for the first time, one cannot help but be struck by the fact that the body design is of a type not built in this country since the late 'thirties. The split windshield, fat, curved rear section, squarish front end and fenders are reminiscent of such cars as the '39 Dodge (front) and '41 Ford (side and rear).<sup>147</sup>

Often compared to a '41 Ford, the Volvo has a certain pleasing quality. Who knows, maybe the '41 Ford is coming back.<sup>148</sup>

Till Volvos försvar kan noteras att PV444 formgavs redan 1943–44. Men inte ens när den ritades låg den i frontlinjen. När så de första bilarna 1947 levererades i Sverige var utseendet än mer passé, för att inte tala om vid USA-introduktionen 1956. Utseendet tycks emellertid inte ha inverkat negativt på dess framgångar. Bilen uppfattades som "gullig" och tilltalade amerikansk etnocentrism, enligt motorjournalisten Thos Bryant.<sup>149</sup> Andra beskrev den – med uppskattning – som en korsning mellan en stridsvagn och en sportbil.<sup>150</sup> Uppenbarligen kunde formgivningen och de äldre tekniska lösningarna uppfattas som attraktiva.<sup>151</sup>

Fram mot mitten av sextioalet började dock PV:n uppfattas som en hopplöst omodern, om än fortfarande bra sportbil:

In fact, the ugly ducklin 544 has been a lot more successful competitively than its beautiful GT sister, the P-1800 sports coupe. [---] It has been said that the Swedes are a hardy folk, able to put up with discomforts the average American couldn't stomach.<sup>152</sup>

När 544:an togs ur production 1966 gick Volvo Nordamerika ut med annonskampanjen "Farewell, old friend". Dess ålderdomliga utseende användes med ett ironiskt leende som argument för Amazonen 122S: "... a few years ago we came out with a new model. The 122 S. It does everything the 544 does [---] except it doesn't look like a '41 Ford while doing it."<sup>153</sup> Istället såg den ut som en gammal Willys! *Motor Trend* diskuterade ämnet i en artikel 1961, men ansåg att det inte var medveten kopiering från Volvos sida.<sup>154</sup> Hur som haver uppfattades Amazonen, som introducerades på den amerikanska marknaden 1959, som formmässigt konservativ redan från start.<sup>155</sup>

*Sports Cars Illustrated* kallade Amazonen för "conservatively modern",<sup>156</sup> och företaget Volvo beskrevs av *Car and Driver* 1962 som "Sweden's conservative giant".<sup>157</sup> Inte nog med att Volvos modeller såg gammaldags ut redan vid introduktionerna, därtill hölls de i produktion under mycket lång tid. Men frånvaron av samtida stildrag höll andrahandsvärdet uppe och bidrog till föreställningen om ett bilmärke som brydde sig om väsentligheter, inte tillfälliga trender.

Till och med den i senare tider kulturförklarade sportbilen P1800 uppfattades av sin samtid (1961) som en försiktig medelväg. *Car and Driver* beskrev den som ovanlig och distinkt utan att vara grotesk och *Road & Track* som resultatet av vunna erfarenheter.<sup>158</sup>

Between the two extremes, ultra-radical and arch-conservative, are to be found the really good designs: designs incorporating all of the things learned painfully in the past, but altered to take advantage of the over-all advance in technology. [---] Not a single radical idea, yet the design conveys a feeling of real newness because so many of the best features recently developed by the industry as a whole have been included.<sup>159</sup>

1970 var omdömet hårdare: "its body hopelessly outdated in both style and function, having never been particularly good in the first place."<sup>160</sup> Det var egentligen först med den kortlivade ES-modellen som Volvo 1800 lyckades beveka kritikerna med sin formgivning.<sup>161</sup> Jan Wilsgaard hade kombinerat Pietro Fruas och Pelle Pettersons ursprungliga sportbil med en utdragen kombidesign, avslutad med en stor glaslucka. Det amerikanska kravet på kofångare som klarar krockar vid 5 mph (cirka 8 km/h) fick dock Volvo att lägga ner produktionen 1973.

Volvo har formmässigt fortsatt att hålla sig i mittfåran, och trots kritiken av utseendet har nästan samtliga modeller sålt bra i USA. Den första lyxmodellen, 164:an, med sin engelska retro-grill, fick omdömet

”a conservative sedan” och ”dated classic look” 1969.<sup>162</sup> Pressen sågade formgivningen, men de amerikanska bilköparna gillade den!<sup>163</sup> Just konservatismerna i formspråket har visat sig vara en framgångsväg.<sup>164</sup>

Antagligen var det ingen medveten strategi från början att framstå som konservativt, men med tiden gjorde Volvo en dygd av nödvändigheten. Jan Wilsgaard, Volvos chefsdesigner, som arbetade med att formge allt från Amazonen till 850:an, ger i intervjuer ibland uttryck för just en medelvägens estetik.<sup>165</sup>

Ett annat utmärkande drag för Volvo har varit att modellerna uppfattats som lyckade kompromisser mellan sportighet och användbarhet. Redan PV444/544 omskrevs, som vi sett, som sportiga familjebilar.<sup>166</sup> Även P1800 framhölls som en medelväg:

These [Volvo] sedans have provided a sort of bridge between the sports car and the utility car for many enthusiasts with growing families. [---] It is nothing like the traditional wind-in-the-face sports car of years past, which was good sport and all that, but had a tendency to wear on one at times. The 1800 is, rather, a very civilized touring car for people who want to travel rapidly in style...<sup>167</sup>

... the 1800s is for the man who wants a solid, conservative and durable car with a little verve and good road manners.<sup>168</sup>

Ett annat tema i receptionen av Volvo är att modellerna uppfattas vara sällsynt väl anpassade efter amerikanska krav. ”[PV444] is one of the extremely rare bodies in the light car field that the average U.S. motorist can enter for the first time and feel quite at home in”,<sup>169</sup> skrev *Sports Cars Illustrated* 1956. Samma år konstaterade *Motor Life* att det inte fanns ”anything peculiarly foreign about the layout”<sup>170</sup> och ett år senare konstaterade *Car and Driver* att ”Volvo’s policy of constant product improvement is responsible for a beefier engine, a different grille, and stronger bumpers – all more in line with American taste.”<sup>171</sup>

Anpassningen till amerikansk smak gällde enligt motorskribenterna också interiörerna och instrumenteringen:

Unlike many foreign cars, the instruments in the Volvo are so Americanized that a person almost feels he is driving an American-built car.<sup>172</sup>

Receptionen av en bil anpassad till amerikansk smak kan ha en faktisk grund i att Volvos modeller i början var kraftigt influerade av amerikansk bildesign, och i att Volvo under senare tid i hög grad anpassat sina modeller efter smak och krav på företagets största marknad. Men upp-

fattningen om Volvos lämplighet för amerikanska bilförare och amerikanska trafikförhållanden är också uttryck för komplexa PCI-mönster.

Europeiska och senare asiatiska bilar säljer i USA bland annat av skälet att de inte är amerikanska. Det ligger en status i att köra europeiskt. Bilarna bör därför skilja ut sig från mängden, men de får inte ha alltför udda egenskaper om de ska attrahera många köpare, vilket kraftgången för märken som Citroën, Alfa-Romeo, Renault och Fiat tydligt visar. Volvos framgång baseras på en lagom dos europeisk exotism mot bakgrund av upplevda, grundläggande likheter mellan Sverige och USA:

In fact [Swedes] expect much the same sort of service from their cars as we want from ours, and Volvo is built with that in mind.<sup>173</sup>

Också stereotypen om det kalla Sverige, har använts för att betona likheter:

Sweden is a country of severe climate, and hence the design of Volvos is influenced by the need for rugged, all-weather cars that will perform reliably and keep the occupants happy in all kinds of weather. Because America is also a land of extremes in weather, the Volvo is better suited to American use than are many imports.<sup>174</sup>

Slutligen finns stundtals en lite lustig tendens att koppla de mest udda svenska dragen till de svenska immigranterna i Minnesota med Uncle Olaf i spetsen. Som de i Sverige obligatoriska stänkskydden som länge följde med också på exportmodellerna till USA:

The mud flaps are obviously useful in Sweden and Minnesota but look a bit rural in benign climates.<sup>175</sup>

I slutet av sextiotalet hade Volvo nått det vi tidigare benämnt assimileringssfasen (se inledningen i del 1). Dess "svenskhet" var nu mer av en extra krydda än en i grunden främmande ingrediens. *Car and Driver* sammanfattar 1967 Volvos drygt tio år av närvaro på den amerikanska marknaden:

When the first Volvo PV 444 came to these shores in the middle Fifties, it was regarded as a somewhat anachronistic vehicle from a country that few Americans even suspected of having an automobile industry. [---] Today, Volvo and Volvo advertising are as well known as Sweden's reputation for marvellous women (deserved) and a high suicide rate (undeserved). Hardly anybody think of it as an imported car anymore.<sup>176</sup>

Alla märken måste naturligtvis anpassa sig efter lokala krav på bilarna, men vad som från Volvo varit medveten och omedveten anpassning till amerikansk smak är svårt att avgöra. Volvos chefsdesigner Jan Wilsgaard hävdade i slutet av sjuttioalet att den amerikanska marknaden inte påverkade den grundläggande europeiska formgivningen.<sup>177</sup> Samtidigt har Volvo, som vi sett, alltid haft ett ganska "amerikanskt" utseende.<sup>178</sup> Amazonen var enligt samma Wilsgaard inspirerad av amerikanska Kaiser.<sup>179</sup> Det amerikanska uttrycket hos Volvo förstärktes på åttiotalet med 740- och 760-seriernas kantiga former. Inte minst sedanmodellernas fyrkantiga bakparti fick de amerikanska motorjournalisterna att associera till inhemska bilar: "Its styling may be American, but its soul is still Swedish."<sup>180</sup> Faktiskt kunde Volvo 740 av amerikaner beskrivas som lika amerikansk som äppelpaj:

Volvo is probably the most American car ever to come over by boat. A truly assimilated product, the Volvo is your car next door, often taken for granted, perhaps by some people even taken to be domestic Apple pie.<sup>181</sup>

Med sina fyrkantiga former hade Volvo med 700-serien parkerat sig på den amerikanska medelvägen:

When Volvos first rolled ashore in these United States just over 25 years ago, they were enthusiastically received because they reminded of American cars [---] With the new 760GLE, you might say that Volvo is returning to its American ways. [---] Peeling of the mud flap is said to be an aerodynamic consideration. As a by-product, it further Americanizes (perhaps de-Swedes is more accurate) the appearance.<sup>182</sup>

Volvo var inte heller lika sena som Saab med att hänga på den amerikanska SUV-trenden. En förhöjd, något förstärkt och stylad v70 med fyrhjulsdraft släpptes 2001 under beteckningen XC70, följd av storebror XC90 2002. Sistnämnda blev en försäljningssuccé, väl anpassad efter amerikansk smak. 2005 var Volvo XC90 också den bil med flest mugghållare, 18 stycken för de maximalt sju passagerarna att dela på. För få, för små eller för dåligt placerade mugghållare är en ofta återkommande kritik från motorjournalisterna i ett land där flera av dagens måltider intas i bilen.



Varumärkesbygge är ändå alltid en möjligheternas konst, där negativ image kan vändas till upplevd kvalitet. Volvo hade länge en fördel av att inte bygga sin profil på designmedvetenhet. De små tillverkningsvolymerna medförde att Volvo vilade länge på varje modell, med små förändringar mellan årsmodellerna. De långa serierna vändes till ett positivt argument i marknadsföringen. Volvo ser inte ut som andra bilar för att den bygger på en annan filosofi (att bygga säkrare bilar som håller länge). Därför blir den inte omodern som andra märken. En Volvo ändrar inte utseende varje år, i takt med det snabbt växlande modet, utan formen har sitt ursprung i funktionen. Volvo är för köpare som inte ängsligt sneglar på grannen för att vara med sin tid, utan väljer bil av rationella skäl.

Alternativbil var Volvo också för student- och vänsterrörelsen, om än ej i samma utsträckning som folkabubblan. I slutet av sextioalet hade Volvo, genom sin nästan alternativa konceptbilsframtoning appellerat till radikala grupper. "It almost became the official car of the loons dimbulbs of academe and the consumer movement in the late Sixties and Seventies", enligt *Car and Driver*.<sup>183</sup> Det berättas att Volvos återförsäljare, till skillnad från GM:s och Fords, inte behövde sätta skydd för sina fönster under Vietnamkriget.<sup>184</sup> Sverige hade ett gott rykte bland radikala ungdomar som protesterade mot kriget: "Back in the antiwar days, Volvos were embraced as anti-Detroit symbols. Volvos were considered honest, forthright vehicles, anti style and anti annual model change."<sup>185</sup> Volvos svenska ursprung fungerade som kravallförsäkring, trots att företaget, som ovan diskuterats, under denna period inte betonade sitt ursprung.

Det tidiga sjuttioalet är den enda period när Volvo uppfattas som lite rebellisk, just genom att associeras med vänsterrörelsens motstånd mot Motown. Men det är en annan image än Volkswagens. Volvo framstår inte som en bil för hippies, utan för fundamentalister som ser bilen som en ren nyttoprodukt: "Volvos ... radiate Puritan Ethic", enligt *Car and Driver* 1973.<sup>186</sup> Skillnaden till trots mellan Volkswagen och Volvo vittnade de långa produktionsserierna, enligt dem som vände konsumtionssamhället ryggen, om biltillverkare som inte brydde sig om trender och moden.<sup>187</sup>





Med undantag för ovannämnda P1800 i *Helgonet*, har Volvo inte heller någon smickrande historia i teve eller på vita duken. Volvo har ofta fått signalera att föraren är akademiker. Professor Silk i *The Human Stain* (Robert Benton 2003) kör en gammal Volvo, liksom dödstraffmotståndaren, professor Gale i *The Life of David Gale* (Alan Parker 2003) och den före detta forskningschefen Jeffrey Wigand i *The Insider* (Michael Mann 1999). Image-mässigt passande har teve-deckaren *Monk*, som har bacillskräck och är svårt neurotisk, kört Volvo 740.

Till skillnad från Porsche, Jaguar och Ferrari, spelar Volvo oftast statistroller. Utom i komedin *Crazy People* (Tony Bill 1990) i vilken Dudley Moore spelar en reklamman som får sammanbrott. Han kör en Volvo 740 genom de ständiga morgonköerna in till Manhattan. Trött på för-ljugenheten föreslår han reklamkampanjer som talar sanning. På en svartvit affisch med en bild av en Volvo står:

Volvos, Yes they are boxy, but they're safe – We know they're not sexy. This is not a smart time to be sexy anyway, with so many knew diseases around. Be safe, instead of sexy. Volvo – boxy, but good.

Filmen är i sig ett tecken på hur förankrad bilden av Volvo som trygg men tråkig var omkring 1990 – i synnerhet som den i filmen kontrasteras mot Jaguar som man, får vi veta, köper för att få sex. Det visar sig att åtminstone i filmens värld är detta "sanningsenliga" sätt att göra reklam en väg till framgång.

Den nya, mer ungdomliga image, som Volvo intensivt söker uppnå i början av 2000-talet har ännu inte fått något genomslag i populärkulturen. Stereotyper är, som påpekats, oftast seglivade. Post-grungebandet Everclear fick 2003 en hit med "Volvo-driving soccer mom" om hur rebeller med åren förvandlas till konservativa förortsbor:

I really used to be a bad girl  
I got gang-banged in the bathroom at my high school prom  
Yes, I used to be a real wild child  
But now I am a Volvo-driving soccer mom



# THE UNDERLYING PRINCIPLE

## Saab – med flygbränsle i blodet

Jag inledde föregående kapitel med påståendet att knappast någon som reser eller bor som svensk i USA kan undvika att bli förknippad med Volvo eller Saab. Men även om både Volvo och Saab associeras med Sverige skiljer sig bilmärkenas image distinkt åt och därmed också det "Sverige" som de sammanbinds med. Vi har i föregående kapitel sett hur Volvos upplevda konservatism, kvalitet, moderation och tråkhighet samspelar med uppfattningen om Sverige som (genomkontrollerad) välfärdsstat. I detta kapitel ska vi undersöka hur bilden av Saab ser ut i USA.<sup>1</sup>

Saabs inriktning mot personbilar var ett svar på den minskade efterfrågan på flygplan efter kriget. 1947 fattades beslut om att starta biltillverkning,<sup>2</sup> men det dröjde till början av femtiotalet innan några bilar kom ut på marknaden.<sup>3</sup> Saab 92, lanserad 1950, var mindre än Volvo PV444 och hade framhjulsdrift, frihjul och tvåcylindrig tvåtaktsmotor. Dessutom var alla 1246 Saab 92:or som tillverkades under det första året gröna.<sup>4</sup> Tekniken och storleken var till stor del inspirerade av DKW:s förkrigsmodell.<sup>5</sup> Designen, som utvecklades av den välkände svenske industridesignern Sixten Sason, anspelade på aerodynamiskt utformade flygplan och karossen var självbärande.<sup>6</sup> Sason var väl lämpad för uppdraget, och hade tjänstgjort som pilot i flygvapnet under kriget.<sup>7</sup> Liksom Volvo kan man inledningsvis hos Saab spåra ett och annat drag som hämtats från amerikanska förebilder, men kanske än mer från luftskeppskonstruktören Paul Jarays experiment med karosser utformade med hjälp av vindtunnlar.<sup>8</sup> I vilket fall fick Saab 92 en tämligen egen, udda profil. Just egen, udda profil var länge också Saabs särmärke, inte minst i USA.

Den efterföljande modellen, Saab 93 (1955), med vilken företaget fick sitt genombrott i Amerika byggde vidare på samma koncept, men med

*På startbanan. Broschyren The Underlying Principle, 1995. Foto: Jens Östman. Kungliga biblioteket.*

en större, trecylindrig motor. Saab 93 hade också automatisk koppling.<sup>9</sup> Independent Aeronautical hade planer på att importera Saab 92 till USA redan 1950, men tvåtaktsmotorn bedömdes inte vara attraktiv för amerikanska konsumenter.<sup>10</sup> 1955 togs nya kontakter och den före detta piloten och rymdtekniksjöjören Ralph T. Millet värvades till projektet.<sup>11</sup>

Fyra Saab 93:or och en Sonett skeppades över till New York International Automobile Show 1956. Introduktionen var tämligen improviserad, halvhjärtad och oorganiserad. Företagets VD Tryggve Holm trodde att Saab 93 skulle kunna ha en marknad i USA, medan projektledaren Gunnar Ljungström och Ralph T. Millet var tveksamma till tvåtaktares framtidsutsikter i ett land där oljeblandad bensin inte gick att köpa på automat. Men mottagandet blev över förväntan. Saab uppfattades som annorlunda, inte bara praktisk och pålitlig, utan även som något av en leksak. Egenheterna blev särskiljande tecken för en bil, och därmed en förare, som inte var som alla andra.<sup>12</sup>

Till en början distribuerades Saab enbart på östkusten, till skillnad från Volvo som först etablerade sig på västkusten. Det amerikanska huvudkontoret förlades till New York City och lagret till Hingham, Massachusetts, inte långt från Boston. Kontoret flyttades 1961 till New Haven, Connecticut, men blev alltså kvar i New England.<sup>13</sup> Att valet blev östkusten berodde främst på transporttekniska skäl,<sup>14</sup> men generellt sett var det också kustregionerna som var mest mottagliga för europeiska bilar. Saabs jakt på återförsäljare begränsades till området norr om Virginia och öster om Mississippi.<sup>15</sup> Saab blev känd som en "New England sort of car", byggd för kalla vintrar med mycket snö.<sup>16</sup>

De 93:or som såldes i USA fick ett lite annorlunda utseende och utförande än bilarna för den svenska marknaden, i form av dekorativa detaljer som kromlister kring fönstren och vita däcksidor, men också blinkers och styvare fjädring. Svart blev en populär färg, som var mindre vanlig på andra marknader.<sup>17</sup> Den snabba utvecklingen av USA-marknaden kan illustreras med några siffror. 1955 hade endast 5 procent av Saabs bilproduktion gått på export, två år senare var siffran uppe i 20 procent.<sup>18</sup> 1956, det första året Saab exporterade till USA, levererades 295 bilar. 1957 var antalet 1 691, 1958 3 672 och 1959 6 176.<sup>19</sup> Saab var något högre prissatt än Volkswagen, och betydligt högre än flera modeller från Plymouth och Chevrolet.

Saab hade redan från början en än mer sportig image än Volvo. Liksom Volvo ställde Saab upp i tävlingar – med framgång. Med den ökade

biltrafiken under femtiotalet kom rallytävlingarna att förläggas till tillfälligt avstängda, kortare sektioner av vägnätet, vilket premierade mindre bilar som Saab. Enkel att serva och med framhjulsdraft och hög frigång, blev Saab en attraktiv rallybil. Efter flera vinster i Skandinavien kom det stora internationella genombrottet 1956 när Saab vann Great American Mountain Rallye. Det var Millet som låg bakom deltagandet. På de novemberintriga vägarna i New York state triumferade de tre Saab-bilarna över sina amerikanska konkurrenter och slutade etta, sexa och sjua. Bästa amerikanska bil kom först på 20:e plats.<sup>20</sup> Över en natt blev det dittills okända svenska bilmärket, med sitt särpräglade knattrande ljud, ett hett diskussionsämne bland amerikanska motor-entusiaster.<sup>21</sup>

Försäljningen ökade snabbt i USA. Och minst lika betydelsefulla som segrarna i de stora tävlingarna var amatörtävlingarna. Många Saabägare tävlade med sina bilar på helgerna, och 93:an visade sig mycket konkurrenskraftig, inte minst på vinterväglag. Tävlingsframgångarna blev till långt fram på sjuttioalet ett viktigt markandsföringsinstrument, som sparade in på annonskostnaderna.<sup>22</sup>

Först 1966 utrustades en Saab med modellbeteckningen 96 med en fyrtaktsmotor. Vägen dit hade varit lång och krokig och såväl en egenutvecklad ångmotor, en tvåtakts V4 och en Wankelmotor hade diskuterats. Vid mitten av sextioalet testades ett flertal V4:or, varav Saab slutligen beslöt sig för att köpa in Fords.<sup>23</sup> Två år senare, 1968, började Saab 99 serietillverkas, med en rak fyrcylindrig motor under huven (modellen började säljas i USA i april 1969). Oljeosande tvåtaktare skulle dock under lång tid förknippas med Saab.<sup>24</sup>

Med fyrtaktsmotorn och den nya modellen förlorade Saab måhända något av sin excentricitet, men det gynnade försäljningen. 1967 såldes 11 194 Saab-bilar i USA och 1973, innan oljekrisen drabbade bilindustrin, nådde företaget 17 000 sålda bilar. Därefter inleddes en lång utförsbacke. 1976 hade försäljningen fallit till under 8 000, och 1973 års rekordnivå skulle inte slås förrän på åttiotalet.<sup>25</sup>

Saab hade lanserats som en småbil. På femtiotalet hade det blivit allt vanligare att ha en andrabil i familjen, ett segment som bland andra Volkswagen etablerade sig i. 1963 kvalade Saab för första gången in på tio-i-topp-listan över sålda bilmärken.<sup>26</sup> När japanska bilmärken under sjuttioalet tog över det mesta av den amerikanska småbilsmarknaden inriktade sig Saab, liksom Volvo, på segmentet av mer exklusiva bilar.<sup>27</sup>

En ögonblicksbild av Saabs image vid sjuttioalets mitt hämtas ur *Car and Driver*:

While Detroit went for status, stripes and by-me sensuality, Saab was left clutching at the skirts of New Haven academicians, far-out Vermonters, flower children in search of an ethical car and skiers who assumed the Swedes knew how to make a car go in the snow. Others tried to be tomorrow here today; Saab looked like yesterday arrived a day too late.<sup>28</sup>

Efter misslyckade planer på ett samgående med Volvo 1977 såg situationen för Saab dystert ut. Sedan en tid arbetade företagens tekniker på en turbomotorad fyrcylindrig motor, men projektet betraktades med skepsis från de amerikanska återförsäljarna som ansåg att deras kunder efterfrågade motorer med större cylindervolym och fler cylindrar.<sup>29</sup> 1977 släpper Saab en turboversion av 99:an, följd av 900 Turbo 1979. Den nya motorn blir en succé. Fler än 200 000 Saab 900 Turbo såldes 1979–93.<sup>30</sup> Vid introduktionen var efterverkningarna av oljekrisen fortfarande påtagliga i USA. Den amerikanska bilindustrin hade tappat marknadsandelar till de japanska tillverkarna, och konsumenterna efterfrågade något mindre och mer bränsleeffektiva bilar, som samtidigt hade bra prestanda. Saab lyckades hitta en egen nisch att expandera inom. Från 1982 till 1986 ökade Saabs försäljning i USA varje månad, för att nå en toppnivå på drygt 47 000 bilar. Den totala produktion hos Saab nådde 1984 för första gången över 100 000 enheter, vilket emellertid fortfarande innebar att märket var ett av de minsta på marknaden.<sup>31</sup>

Turbomodellerna passade väl in i Saabs strategi att flytta upp märket till ett mer exklusivt segment av bilmarknaden. Detta hade inletts med 99 EMS 1972 och fortsatt med 99 GLE 1976, 99 Turbo 1977 och Saab 900 1978 (i 1979 års modell). Vid denna tid var återköpsfrekvensen bland Saab-ägare i USA mycket hög, men med den nya modellserien hoppades Saab kunna attrahera nya konsumentgrupper och tävla med märken som BMW, Mercedes-Benz och Volvo. I detta produktsegment betydde image och kvalitet mer än priset.<sup>32</sup>

Image och kvalitet är i stor utsträckning upplevda egenskaper. 900-serien var, skriver Björn-Eric Lindh, ”på sätt och vis framtingad av marknadsavdelningen som kalkylerade med ett minskat intresse för 99-an och som mycket väl visste att ingen ny modell fanns att ta till under en lång tid framåt [– –] alltså gällde det att snabbt göra det bästa möjliga av situationen och ta fram en moderniserad och förbättrad upplaga”.<sup>33</sup>

Samtidigt med att bilarna blir större och dyrare förändras marknadsföringen. Saabs visuella framtoning hade under sextio- och sjuttiototalen betonat bilen i sig. I den mån miljöbeskrivningar finns med rör det sig mest om naturbilder. Även om många av bilderna säkert är tagna i Sverige, saknas påtagliga regionsmarkörer. De urbana miljöer som används visar ett hektiskt storstadsliv, ofta genom att flera bilder placerats bredvid varandra, eller fällts in i större bilder. Också de urbana miljöerna är av en generell karaktär. Men med 900-serien vid sjuttioalets slut blir miljöerna kring bilarna än mer tydligt internationella. Det är badstränder med palmer, marinor och exklusiva privata trädgårdar.<sup>34</sup>

1985 tog Saab ytterligare ett steg upp på segmentstegen med 9000-modellen. Precis som med Volvo var det ett strategiskt val utifrån marknads- och kostnadsanalyser. I en högre prisklass ansågs det finnas en rymligare nisch för märket.<sup>35</sup> 9000-serien utvecklades på en gemensam plattform tillsammans med Fiat/Lancia, som inte utgjorde någon konkurrent på den amerikanska marknaden.<sup>36</sup> Modellen hade påtagliga likheter med Lancia Thema och Fiat Chroma. Den formgavs till stora delar av Italdesign under ledning av Giorgio Giugiaro, med målsättningen att bygga en till interiören riktigt stor bil. Efter intensiva diskussioner "saabifierade" Björn Envall Giugiaros design, bland annat genom den stora bakluckan.<sup>37</sup> De första modellerna var av halvkombityp – ett gammalt Saab-koncept. 1990 lanserades 9000 CD, Saabs första sedan, vilket också det var en anpassning till en förväntad efterfrågan. Målsättningen var att skapa en "mainstream look", anpassad till den amerikanska marknaden.<sup>38</sup> 9000 CD, där CD ska tydas som Classic Design, var en traditionell sedan. På åttiotalet ansågs halvkombimodeller omoderna, inte minst i USA (där de kallades "hatchbacks" även om Saab insisterade på "wagonbacks").

Men Saab 9000 blev aldrig den succé man önskat.<sup>39</sup> Man hade hoppats på att den skulle utgöra 60 procent av produktionen, men den nådde aldrig mer än 35 procent.<sup>40</sup>

Situationen räddades dock för en tid av cabrioletversion av Saab 900, som inledde cabrioleternas stora återkomst på bilmarknaden. Cabrioleten blev en omedelbar succé. De 400 bilar som producerades 1986 tog omgående slut och 1987 års 2500 vagnar var sålda innan de börjat tillverkas.<sup>41</sup>

I oktober 1987 inleddes emellertid ett kraftigt fall på världens börser. De yuppies som utgjorde målgrupp för Saab 900 Turbo och Convertible

försvann ur synfältet. På den krympande marknaden var det främst mindre iögonfallande märken och modeller som efterfrågades.

Saabs personbilstillverkning hade under åttiotalets sista år stora problem med jämförelsevis små volymer och höga utvecklingskostnader, och man såg sig om efter lämpliga samarbetspartners i Japan, USA och Europa. 1990 gick General Motors, då världens största biltillverkare, in som storägare i Saabs personbilsdivision, samtidigt som lastbilstillverkningen avskildes. Personbilstillverkningen omorganiserades under Saab Automobile. Åtta år senare blir GM ensam ägare av Saab Automobile.

GM var i behov av ett premiummärke. Ford förvärvade bland andra Jaguar och Volvo, Fiat hade Alfa Romeo, Volkswagen Audi och Porsche, Toyota startade Lexus och Honda sålde större modeller i USA under märket Acura. Saab var inte GM:s första val. Man hade förlorat kampen om Jaguar. Perioden efter GM:s övertag har präglats av diskussioner om Saabs identitet och image, där marknaden haft svårt att se en konsekvent linje hos den nya ägaren.

Vid märkets 50-årsjubileum 1997 presenterades Saab 9-5 som ersättare till Saab 9000 som märkets premiumklassbil. Den fortsatte Saabs inriktning mot mer traditionella former och lanserades först som klassisk sedan. Efter misslyckande med Saab 9000 ställdes stora förhoppningar till 9-5:an, vars formgivning tagits fram under norrmannen Einar Hareides ledning.<sup>42</sup> Modellen fanns från 1998 även som helkombi, den första tillverkad av Saab sedan 95:an gick ur produktion 1978. *AutoWeek* välkomnade 9-5:an med en rubrik som anspelade på gamla svenska designframgångar: "Still Swedish, More Modern".<sup>43</sup> Modellen var framtagen i samarbete med GM-systemen Opel.

I enlighet med det nya sättet att ange modellbeteckning döpte Saab uppföljaren, eller snarare uppfräschningen, av 900 till 9-3 (1998–2002). Härmed hoppades man också undvika att bilen skulle förknippas med sin problemtyngda föregångare. Formgivningen anslöt sig till den större 9-5:an med ny utformning av bland annat grillen. Den tillverkades som tre eller femdörrars halvkombi (numer kallad "combi coupé" av Saab, men ännu "hatchback" av allmänheten), samt som cabriolet.

En betydligt större förändring skedde 2002, med en helt ny 9-3:a. Den byggdes på samma plattform som bland andra Opel Vectra och Pontiac Grand Am. Som en anpassning till marknaden övergav Saab nu halvkombin, en modell som länge starkt förknippats med märkets identitet, men som också hänats och ratats av de amerikanska bilkö-



parna under decennier. Modellen tillverkades istället som en renodlad sedan, helkombi ("SportCombi" i Saabs nya språkbruk) samt cabriolet.

Saab är inte längre excentrisk skriver *AutoWeek*, som använder det negativt laddade ordet "quirky":

...Saab has eliminated the desire to call the 2003 9-3 Sport Sedan the dread "q" word by making it as mainstream a car as possible. First, it's a sedan. No more hatchback, no more funky styling and no need to leave the car in reverse to pull out the key...<sup>44</sup>

Saabköparna har varit för få om än fanatiska, fortsätter artikeln. Saab måste expandera, och därmed förändras, eller dö.

Cabrioletter har, tillsammans med turbomatade motorer, fortsatt vara en viktig del av Saabs profil. De ger märket en särpräglad identitet, och har stått för hela 20 procent av Saabs sammanlagda försäljning i USA sedan 1986. Men cabbar och mellanstora familjesportbilar har inte utgjort en tillräckligt stor del av marknaden för att få upp Saabs volym till en företagsekonomiskt acceptabel nivå. Med GM:s övertag blev Saab-modellerna bättre anpassade efter amerikanska krav. Exempelvis kan Saab 900, liksom senare modeller, fås med V6-motor, något som uppfattas som standard i USA.

Signifikativt för Saabs självbild (och naturligtvis även för förhållandevis små utvecklingsresurser) är att märket var mycket sent ute när SUV:er tog över en mycket stor del av marknaden. På nittiotalet tänkte inte de amerikanska konsumenterna på bränslekostnaden längre. Stora bränsletörstiga stadsjeepar blev hett eftertraktade, inte minst av kvinnor och äldre. Slutligen hoppade Saab, liksom även Porsche, på trenden.

Saab hävdade 2005 att 40 procent av märkets lojala kunder även ägde en SUV, och att 30 procent av dem som under de senaste fem åren övergett Saab gjort det för en stadsjeep.<sup>45</sup> Sent om sidos lanserade man därför modellåret 2004 den lilla stadsjeepen 9-2X på den amerikanska marknaden. I praktiken var det en endast lätt maskerad Subaru Impreza WRC. Samma år släpptes även en större modell, 9-7X, på samma bottenplatta som Chevrolet Trailblazer, Buick Rainier, Isuzu Ascender, GMC Envoy samt snart avsmnade Oldsmobile Bravada. 9-2X byggs i Japan och 9-7X i USA. Ingen av dem har uppfattats som särskilt "saabish", och de har därmed knappast minskat Saabs imageproblem. 2008 meddelade GM att Saabs nya SUV 9-4 kommer att tillverkas i Mexiko. Bilen är byggd på samma platta som Cadillac Provoq och GM räknar

med att spara stora pengar på att tillverka båda modellerna i Ramos Arizpe-fabriken. Det återstår att se om kunderna även fortsättningsvis uppfattar Saab som svensk.

## Förarna

Redan i januari 1957 genomförde Saab en marknadsundersökning i USA, för att se vilka köparna var. Läkare placerade sig först följda av försäljare, ingenjörer och tjänstemän inom flygindustrin samt amatörtävlingförare. I en andra undersökning hösten 1958 dominerade fortfarande "välutbildade personer med fria yrken". Imponerande 94 procent sade sig vara nöjda eller mycket nöjda med bilen, och endast en procent klart missnöjda.<sup>46</sup> Undersökningen bekräftar Saabs image vid denna tid av att vara ett litet märke för hängivna förare.

Denna bild står sig i en undersökning som *Road & Track* gjorde 1973, av ägare till Saab 99. Över 70 procent av dessa var yngre än 34 år och en majoritet (56 procent) var yrkesverksamma. Den största andelen var ingenjörer (17 procent) följt av lärare, fysiker och läkare. Hela 80 procent av ägarna bodde i vad tidskriften benämnde som områden kända för sina ruggiga vintrar: Alaska, New England och norra Mellanvästern.<sup>47</sup>

På frågan varför de valt Saab 99 svarade 69 procent framhjulsdrift, 41 procent säkerhet, 40 procent hög komfort och 29 procent köregenskaperna. En person svarade att han gillade "the snob appeal of owning a Saab". De fem egenskaper som ägarna mest uppskattade hos sin bil var köregenskaper, komfort, säkerhet, ekonomi och vinterkörning. De sämsta egenskaperna var att den var tungstyrd och saknade kraft. 77 procent svarade att de skulle köpa Saab igen, vilket var något lägre än genomsnittet i *Road & Tracks* undersökningar.<sup>48</sup> Som vi sett i föregående kapitel föll märkestroheten för Volvo från 82 procent 1969 till 67 procent 1977. Även Saab tycks ha haft en tendens att tappa i takt med att prissättningen höjdes.

Elva år senare, 1984, hade enligt en ny undersökning av *Road & Track*, Saab ägarnas vilja att förbli märket troget återigen ökat, till 80 procent (83 procent för dem som inte körde turbo), vilket var högre än genomsnittet (72 procent). En mycket hög andel av ägarna visade sig ha universitetsexamen (83 procent av turboägarna, 69 procent av övriga Saabägare). Att märket blivit mer exklusivt sedan 1973 avspeglas i att medelåldern ökat kraftigt. 66 procent var över 30 år. De mest uppskattade egenskaperna hos bilen var ungefär desamma som i tidigare stu-

dier, med skillnaden att turboägarna satte prestanda i första rummet och att ekonomi och vinterkörning fallit bort. Körekonomin var det som listades först bland bilens negativa egenskaper, följt av bilhandlarnas service och priset.<sup>49</sup>

Att tävla om köparnas gunst inom ett segment av bilmarknaden kräver positioneringar mot andra märken. Saab identifierade sig inför århundradets sista decennium som medtävlare till i första hand BMW, Mercedes-Benz och Volvo.<sup>50</sup> Marknadsföringsstrategiskt slog man ur ett underläge. Det bedömdes vara svårt att utmana BMW om sportighet, Volvo om säkerhet och Mercedes-Benz om kvalitet. Alla dessa tre egenskaper ingick visserligen i Saabs önskade identitet, men företaget bestämde sig istället för vad det kallade en "total approach, unfettered by conventional attitudes".<sup>51</sup> Det handlade om en omfattande varumärkesberättelse som skulle vara koherent och särskiljande mot andra bilmärken. Kodordet för denna berättelse blev oberoende ("independence"). Fem år senare hade det preciserats till "Intelligently independent".<sup>52</sup>

Oberoendet skulle gälla såväl företaget – som ju 1990 köpts upp av General Motors – dess attityd gentemot produktutveckling (bilar och flyg), och kundernas attityd.

Saab's customers are in the main professional people whose work often requires independence of thought and action. They shun group mentality, have a strong sense of integrity and have confidence in their own set of values. They also have the economic means to allow independence. In short, independent people. [---]

The buyers of our small contribution are educated people who easily see through the smoke-screen standard advertising and who are tired of common Car-Adspeak. They buy Saab because they share the same values as us.<sup>53</sup>

Detta är i korthet den bild Saab ville ge av sig självt, som man ville att de Saabanställda skulle ha, och som man tänkte se till att alla potentiella kunder fick av Saab. För att inte bli kontraproduktiv och oförenlig med talet om oberoende måste marknadsföringen vara konsekvent och entydig, samt fokusera på Saabs tre nyckelvärden: "pleasure, consideration and individuality".<sup>54</sup>

Under nittiotalet utvecklas konceptet ytterligare och "icke-konventionell" blir ett viktigt tillägg. Som slogan myntar Saab "Beyond the conventional" 1995, att användas på affischer, annonser, produktbroschyrer med mera.<sup>55</sup> Saab tycks ha försökt att bli bilindustrins motsva-

righet till Apple, genom att vända negativ image (udda, konstig, etc.) till något positivt.<sup>56</sup> Vid denna tid definierar företaget sina målgrupper som högutbildade höginkomsttagare, 30–45 år, för 900-serien, och som mycket högavlönade, högutbildade från drygt 40 till en bit över 60 år gamla för 9000-serien.<sup>57</sup>



Ett ofta återkommande inslag i amerikanska artiklar om Saab är att det är en bil som man antingen älskar eller hatar. Den går inte att bedöma med rationella argument. ”Saab doesn’t build automobiles: Saab builds Saab...”<sup>58</sup> Att köra Saab är till skillnad från många andra bilmärken alltid frågan om ett aktivt val. De som väljer att köra Saab gör det av skäl som gränsar till religiös övertygelse. Saabförare uppfattas därför som en sekt, vars medlemmar inte lyssnar på rationella argument.<sup>59</sup>

Denna speciella image har gjort att Saab använts på film och teve, i syfte att säga något om sina fiktiva förare. Viss försiktighet måste iakttas vid analysen eftersom valet av bilmärke under senare decennier ofta är ett uttryck för produktplacering snarare än filmskaparnas medvetna användning av ett märkes befintliga image.

På bioduken körs Saab påfallande ofta av psykologer, läkare och universitetslärare: Richard Gere kören silverfärgad Saab 900 Cabriolet i *Final Analysis* (1992), i rollen som psykologen Dr Isaac Barr, och ett år senare rattar hans psykolog (Dr Elizabeth ’Libbie’ Bowen, spelad av Lena Olin) en röd 900 Cabriolet i *Mr Jones* (1993). Läkaren Maggie Rice (Meg Ryan) har en 900 Classic i *City of Angels* (1998). Advokaten Jake Tyler Brigance (Matthew McConaughey) i *A Time to Kill* (1996, Joel Schumacher) kör 900 Cabriolet, liksom modeformgivaren (Reese Witherspoon) i *Sweet Home Alabama* och den misslyckade författaren Miles (Paul Giamatti) i *Sideways* (2004, Alexander Payne). Saab har kanske blivit allra mest välkänt genom Jerry Seinfeld, som både älskar och hatar den i teveserien *Seinfeld*. I en annan internationell tevesuccé kör Ally McBeal Saab 9-5. Till och med slipade men hänsynslösa terrorister kör Saab, som Farik (Oded Fehr) i teveserien *Sleeper Cell* (1995). Påfallande ofta har förarna psykiska störningar, till exempel fadern (Kiefer Sutherland) i *Woman Wanted* (1999), den neurotiske författaren Melvil Udall (Jack Nicholson) i *As Good as it Gets* (1997), samt psykpatienten Michael Hunter (Andy Garcia) i *The Unsaid* (Tom McLaughlin 2001).

## Flyggenerna

Liksom Volvo fick alltså Saab tidigt rykte om sig att vara en sportig bil, till vilken de stora framgångarna i rallysport naturligtvis bidrog. Under femtio-, sextio- och sjuttiotalen hade Saab mycket stora framgångar i internationella rallytävlingar, vilket intensivt utnyttjades i reklamen. Saab vann faktiskt Svenska rallyt första gången redan ett par veckor efter att den första serieproducerade Saab 92 rullat av bandet i Trollhättan 12 december 1949.<sup>60</sup> Framgångarna fortsatte med 93:an och på sextioalet skördade 96:an stora framgångar, både i Sverige och internationellt. Förare som Erik "Carlsson på taket" Carlsson (femtio- och sextioalet) och Stig Blomqvist och Per Eklund (sjuttioalet) är starkt förknippade med Saab.<sup>61</sup> Även Saab 99 deltog på rallyscenen, innan Saab avvecklade rallysatsningen 1980.<sup>62</sup> Rallyframgångarna användes i marknadsföringen och i modellbeteckningar, som Saab Monte Carlo (1966–68), en sportigare utrustad Saab 96:a som i Europa gick under beteckningen Saab Sport.<sup>63</sup>

Men Saabs sportiga image vilade också på ett annat ben: märkets ursprung i flygindustrin. Kopplingen till flyget understryks regelmässigt i både text och bild och reproduceras ofta i tidnings- och tidskriftsartiklar. I Saabs reklambilder visas bilarna ofta tillsammans med flygplan. Eftersom flygindustrin kräver mycket hög kvalitet, uppvisar också Saabs bilar hög kvalitet vilket ger säkerhet, är en vanlig tankefigur i texterna.<sup>64</sup>

Det viktigaste visuella tecknet för sambandet med flygindustrin har med tiden blivit utformningen av instrumentbrädan och mittkonsolen, som ska inge känslan av att sitta i en cockpit. Den visuella retoriken i utformningen av förarplatsen tycks ha övertygat många om att det finns en faktisk relation till flygplan; våra förare var imponerade av instrumentbrädan och kommenterade flitigt att den måste ha anpassats från företagets jetplan, skriver till exempel *Road & Track* om Saab 900 1979.<sup>65</sup> Instrumentbrädan i 900-serien sluter sig bågformat kring föraren och produktbroschyrerna talar om föraren som en pilot: "the cockpit is also a precision component of a thoroughly tested system".<sup>66</sup> Det finns förstås inte mycket som liknar en verklig cockpit, men de potentiella kunderna är knappast ute efter något som ser verkligen ut som pilotens omgivning, utan *känslan* av att sitta i ett flygplan.

Någon faktisk koppling till Saabs flygplanstillverkning finns förstås inte längre efter att märket blivit en del av GM. Men det innebär inte

att retoriken avtagit, vare sig i ord eller bild. I samtida språkbruk talas ofta om olika märkens DNA. Arvet från flygindustrin ger i dessa sammanhang Saab en alldeles unik image. Genealogin förstärks också genom att modellernas kontinuitet betonas.<sup>67</sup> En broschyr som vänder sig till amerikanska militärer har rubriken *Drive the car that came from a plane*.<sup>68</sup> I en broschyr från 1985, *The Underlying Principle*, beskrivs Saabs historia genom att ett flygplan på varje uppslag ställs samman med en personbil. Sålunda paras exempelvis Saab 92 samman med Saab 21, Saab 93 med Saab 29 ("Flygande tunnan"), Saab 96 med Saab 32 ("Lansen"), Saab 99 med Saab 35 ("Draken"), Saab 900 med Saab 37 ("Viggen") samt Saab 9000 med JAS 39. På det svartvita omslaget står en Saab 9000 diagonalt uppställd på en av de breda landsvägarna i närheten av Lidköping (som också kan användas som landningsbanor). Bilen tycks spegla sig i den våta asfalten, men spegelbilden visar sig vid närmare granskning vara Saab 37 Viggen (inte JAS som modellen knyts till i inlagan).<sup>69</sup>

1999 började Saab sälja en specialversion av 9-3 under namnet Viggen. Den hade starkare motor, styvare fjädring och en del kosmetiska detaljer som skulle ge den ett sportigare utseende. Associationerna till flyget är närmast övertydliga i både valet av namn och det visuella försäljningsmaterialet, där foton av bilen samsas med bilder av flygplan.<sup>70</sup> Senaste steget i att hålla liv i generna från flygindustrin är konceptbilen Aero X på bilmässan i Geneve 2006, där karossen öppnas uppåt som på ett jaktflygplan och föraren stiger ner i bilen.



Aero X är en utpräglad sportbil som eventuellt tyder på att GM funderar på att åter etablera Saab inom sportbilssegmentet. Under sextio- och sjuttioalet hade Saab vissa framgångar med sportmodellen Sonett. Den lanserades 1966 under beteckningen Sonett II och var till skillnad från Saab Sonett I en täckt bil (Saab hade våren 1956 visat experimentbilen Saab Sonett, en tvåsittsig roadster med glasfiberkaross, men den kom aldrig i serieproduktion).<sup>71</sup> Formgivningen, under Björn Karlströms ledning, låg nära andra små europeiska sportbilars. Den visades på bilmässan i New York där den väckte noterbart intresse.<sup>72</sup> USA blev också den främsta marknaden för Sonetten, som dock aldrig tillverkades i mer än ett par hundra exemplar per år. Formgivningen utsattes för en hel del kritik under åren, och förbättrades inte när två-

taktsmotorn 1966 ersattes med en V4:a som krävde en förhöjning av motorhuven (kallad Sonett V4).<sup>73</sup>

Trots likheterna med andra europeiska sportbilar byggde Saabs marknadsföring på dess excentricitet, som till dels hade att göra med dess ursprung: "Poetry in motion – Sonett, a Swedish Saab, different from all others."<sup>74</sup>

Om Sonett II var en "Swedish Saab" så höjdes ribban med Sonett III 1970 till "Saab Sonett III Another Well-Built Swede...". "Saab Sonett III is a different sports car from its Italian designed body to its solid Swedish chassi."<sup>75</sup> Den nya modellen, som fanns i produktion till 1974 blev en större framgång än föregångaren och byggdes sista året i drygt 2 400 exemplar. Enligt Saab hade man lyssnat noga på kundernas önskemål. Den nya modellen var anpassad efter amerikanska krav och smak.<sup>76</sup>

Hårdare krav på avgasrening och krocksäkerhet (som bland annat påverkade stötfångarnas storlek och placering) fick Saab att lägga ner produktionen – liksom Volvo med P1800-serien. Sammanlagt tillverkades inte mer än drygt 10 000 Sonetter genom åren, varav de flesta hamnade i USA. Jämfört med liknande sportbilar var priset alltid högt satt.<sup>77</sup> Det var aldrig en bil för amatörtävlingen. Anmärkningsvärt är att modellens status växt med tiden, och idag tillhör de de mer eftertraktade kultbilarna från perioden.

Saab ansträngde sig att upprätthålla en sportig image. Företaget sålde även utrustning för att trimma bilarna (Saab 96 och senare 99) för rallykörning, och även kosmetiska detaljer som stripes och vingar, samt sportkläder.<sup>78</sup> Men den viktigaste faktorn, efter de inledande rallyframgångarna, blev ovan nämnda beslut att utveckla en turbomotor till Saab 99. Det var en typ av motor som vid tiden främst förknippades med mer extrema sport- och tävlingsbilar. BMW hade en 2002 med turbo 1973–74 och Porsche lanserade 911 Turbo 1974.<sup>79</sup> Vid introduktionen 1977 fanns endast tre turbobilar på marknaden: Porsche 930/911 Turbo, Mercedes-Benz 300TD och TVR Turbo. Till skillnad från dessa skulle Saabs turbomatning inte ge maximal effekt vid toppvarv, utan snarare i mellanregistret som behövs vid snabba omkörningar. Modellen släpptes sent 1977 och blev en lysande succé, till den grad att "turbo" länge var synonymt med Saab.<sup>80</sup>

Turbomotorns intåg sammanfaller med att Saab, under det sena sjuttioalet, börjat sikta in sig på ett än mer exklusivt segment av bilmarknaden.<sup>81</sup> Mindre och billigare bilar skulle försvinna ur företagets produktsortiment. Med denna profilering förändrades också innebör-

den av begreppet "sportig" för Saab. Visserligen kan man fortfarande hittade enstaka bilder och texter i PR-materialet som hänvisar till rallysport, men precis som med Volvo börjar fotografier där bilarna sammanställs med medelklassens friluftssporter att dominera. I en och samma katalog från 1978 visas Saabbilar tillsammans med bilder av golf, hästsport, fiske och sportflyg.<sup>82</sup> Tennis och vintersport förekommer också i Saabs reklam vid denna tid.

Volvo satsade, som vi sett, på sponsring inom tennis, men det var Saab som knep Björn Borg. 1978 annonserades Saab 900 Turbo tillsammans med den svenske tennisstjärnan under rubriken "The Super Swedes".<sup>83</sup> I början av åttioalet fick Borg sällskap av slalomspecialisten Ingemar Stenmark med samma slogan.<sup>84</sup> The Super Swede var också det smeknamn som användes om Saab 900 Turbo i annonskampanjer åren kring 1980.<sup>85</sup> Saab sponsrade under åttioalet även svenska manliga golfspelare.<sup>86</sup>



Också sportigheten har sina genusmönster. Liksom hos många andra biltillverkare förekommer hos Saab på femtioalet en hel del blonda damer på och kring bilarna.<sup>87</sup> Men en anslående kontrast till Volvo är att det förekommer en hel del kvinnliga förare i Saabs marknadsföring i USA. Redan 1959 hade Saab en kvinnlig förare på omslaget till sin engelskspråkiga broschyr om Saab 93F. Det är familjen som är ute och kör med barnen, ett av varje kön, i baksätet. Mannens pipa och uniformen hos tulltjänstemannen som lyfter vägbommen associerar till Frankrike.<sup>88</sup> Också fortsättningsvis under sextioalet använder Saab ofta kvinnliga förare, både på omslagen och i inlagan, ja till och med i sprängskisserna.<sup>89</sup> Till skillnad från det gängse mönstret hos tidens bilreklam framstår kvinnorna här som självständiga, aktiva, ofta tävlingsinriktade förare. Saab hade ju som bekant också stora framgångar på den kvinnliga rallyscenen under femtioalet (Greta Molander vann damklassen i Monte Carlo 1952).

Men kring revolutionsåret 1968 försvinner de kvinnliga förarna ur Saabs reklam.<sup>90</sup> Saab Sonett V4 marknadsförs 1968 med en text om att det är en leksak för män: "This is Sweden's idea of an expensive toy. It's a sports car some men won't try to justify to their wives. It's a sports car for those men who want an expensive toy."<sup>91</sup>

I ett uppslag om Saab V4 1970, som genom hela katalogen enbart körs av män, leker kvinnan med barnen medan mannen lastar in vir-



ke.<sup>92</sup> Könsrollsmönstret blir alltmer stereotypt ju längre fram i tiden vi kommer. Kvinnliga ben (befriade från all kropp) illustrerar benutrymmet i baksätet (och någon enstaka gång benutrymmet på förarplatsen). Män kör och lastar in, medan kvinnorna befinner sig i bakgrunden, eller passagerarsätet. Genusdifferentieringen förstärks också av att män ofta syns ensamma i eller vid bilen, medan kvinnorna nästan alltid framställs tillsammans med manliga följeslagare. Det förefaller som att ju mer Saab valt att betona sina flyggener, desto fler av dem tycks sitta på Y-kromosomen.

## Originalitet

Redan vid lanseringen i USA vid mitten av femtiotalet framhålls att Saab är en säker bil, med hög kvalitet. I de första broschyrerna talades också om "Swedish quality", men nationalitetsbeteckningen föll bort under sextio- och sjuttiotalen.<sup>93</sup> Jämför vi med Volvo är det dock tydligt att Saab aldrig fått samma grundmurade rykte som en säker kvalitetsbil. Trots att Saab var tidigt ute med dubbla bromskretsar (1963), säkerhetsbälten som standard (från tidigt sextiotal beroende på marknad), strålkastar rengörare (1970, blev obligatoriskt i Sverige 1974) och chockabsorberande kofångare och sidokollisionsbarriärer (1972), har säkerhetsaspekterna aldrig varit lika framträdande i märkets image. Detta hänger antagligen samman med att en image inte kan vara alltför mångfacetterad; vanligtvis hålls en handfull egenskaper fram som kärnvärden. Det är också en fördel om det finns en koherens mellan dessa värden. Associationer till äventyr, flyg- och rymdindustri pekar åt ett annat håll än säker familjebil. Å andra sidan har Saab kunnat dra nytta av haloeffekter från Volvo och bilden av Sverige som ett tryggt välfärdssamhälle. I den amerikanska marknadsföringen har betoningen sedan sjuttioalet lagts vid att "Saab makes you a better driver", det vill säga att framhjulsdraft, genomtänkt instrumentpanel och utformning av interiörerna, samt excellent väghållning aktivt bidrar till trafiksäkerheten.

Saab har haft svårigheter att etablera sig som kvalitetsmärke. Visserligen drogs tidigt nytta av Sveriges rykte att producera varor av hög kvalitet, men tvåtaktsmotorerna hade stora kvalitetsproblem, som inte enbart berodde på bristande underhåll och lågkvalitativa oljor. Efter att man av konkurrensskäl tvingats införa livstidsgaranti på motorerna måste en renoveringsfabrik öppnas i Connecticut.<sup>94</sup> Med etableringen i en högre storleks- och prisklass under sjuttio- och åttiotalen blev fram-

hållandet av kvalitet allt viktigare för Saab. 1986 utsatte man tre slumpmässigt utvalda Saab 9000 Turbo 16 för uthållighetstest i USA: de skulle på kortast möjliga tid, med full gas, köra 10 000 mil non-stop. Alla tre bilarna klarade testet, efter 20 dygns körning. Den första som tog sig i mål hade en medelhastighet på drygt 213 km/h, något som blev ett utmärkt marknadsföringsargument för Saab.<sup>95</sup>

Men Saab upplevde fortsatta problem med att erhålla rykte som kvalitetsmärke. I början av nittiotalet placerade man sig i bottenkiktet i ägarundersökningar.<sup>96</sup> Idag befinner man sig någonstans i mitten.<sup>97</sup> En uppfattning som jag ofta hört uttryckt under mina år i USA är att Saab är kul att ha som firmabil, men inte privat när man själv måste ta hand om verkstadsräkningarna. Den amerikanska inställningen till regelbunden service av bilen är också mer lättvindig än i Sverige. Ett oljebyte då och då, samt en "tune-up" någon gång emellanåt, är vad genomsnittsam Amerikanen anser nödvändigt för sin bil.



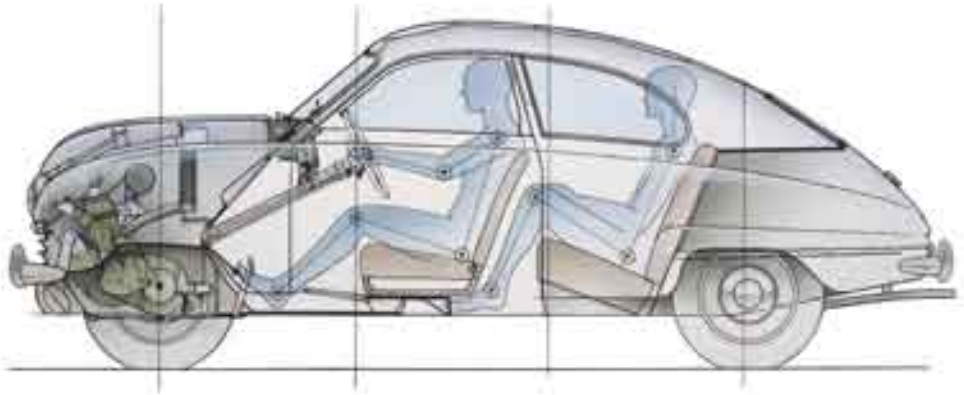
En liten, framhjuldriven tvåtaktare med frihjul skulle säkert ha uppfattats som udda av den amerikanska motormarknaden, även utan alla andra udda tekniska lösningar som kännetecknat Saab under åren. En av de tidiga Saab-handlarna skulle senare bli en av världens mest välkända författare, och i krönikeform beskriva sin tidigare mindre lyckade karriär. Kurt Vonnegut hade en Saab-bilhandel i West Barnstable, Massachusetts:

Till skillnad från alla andra bilar, men i likhet med ens gräsklippare och utombordare, hade den en tvåtaktare i stället för en fyrtaktsmotor. Så varje gång man fyllde tanken med bensin var man tvungen att hålla i en kanna olja också. Av någon anledning ville vanliga anständiga kvinnor inte göra detta.<sup>98</sup>

De främsta försäljningsargumenten, som Vonnegut minns det, var accelerationen och framhjulsdriften.

Det fanns ytterligare ett försäljningsargument. Som en potentiell kund sa till mig: "De gör de bästa klockorna. Varför skulle de inte göra de bästa bilarna också?"

Vonnegut parafraiserar här Saabs försäljningsargument om att ett företag som bygger flygplan måste göra bra bilar. Trots draghjälp från Schweiz lär Vonneguts bilhandel ha gjort konkurs 1971.



Marknadsföringsmaterialet för Saab var under femtio- och sextiotaleten mer tekniskt inriktat än Volvos. Vid sidan av bilder, både foton och tecknade, av hur bilen kan användas, är broschyrerna fyllda av sprängskisser av olika funktioner i bilen, inte minst den gentemot de flesta andra bilmärken särskiljande framhjulsdriften. Aerodynamiken framhålls, och påstås ha samband med flygindustrin. Expanderbart lastutrymme och bäddbara stolar lyfts fram som praktiska aspekter fram till 99:an, liksom den låga bensinförbrukningen.

Men de praktiska sidorna av Saab-bilarna kontrasteras ofta mot vad skribenterna uppfattar som udda och märkligt. Ingenting sitter där man förväntar sig att det ska göra, skriver *Car and Driver* 1970. Innan du ger dig ut på en provtur bör du därför studera den 72-sidiga instruktionsboken.<sup>99</sup>

Föga förvånande är betoningen av tekniken också framträdande i marknadsföringen av Saab 900 Turbo i slutet på sjuttioalet, med sprängskisser och ingående tekniska beskrivningar. Och även om Saab under åttiotalet alltmer ansluter sig till tidens trend med påkostade produktbroschyrer, återfinns allt som oftast en teckning bredvid färgbilderna som illustrerar bilens speciella tekniska eller ergonomiska lösningar, som exempelvis viktfordelning mellan hjulparen eller förarens synfält.

Foton och sprängskisser av motorer och chassier är under hela den här undersökta tidsperioden framträdande i Saabs produktbroschyrer, samt i senare tiders web-presentationer, liksom bilder av civila och militära flygplan och rymdfarkoster. Signifikant är att Saab ger ut omfångsrika broschyrer som enkom handlar om bilarnas teknik.

Röntgenbild av  
benutrymmet i  
Saab 92, 1950.  
Foto: Saab Sverige,  
GM Media.

Noterbart är även att Saabs broschyrer innehåller betydligt mer text än Volvos. Och påfallande ofta handlar långa textblock, satt i liten grad, om de tekniska lösningarna hos bilarna. Bildmaterialet visar flitigt bilarna under körning, med bakgrunden i rörelseoskarpa. Under åttiotalet blir kontrasten mot Volvos val av bilder anslående. Istället för att stå parkerade framför borgar, slott och herresäten befinner sig Saab i aktion, både dag- och kvällstid, vid sommar- och vinterväglag, samt på landsväg likväl som motorväg. Först mot slutet av åttiotalet ökar de exklusiva livsstilsbilderna markant i Saabs broschyrer, i samband med att 9000-serien skulle säljas in i ett högre segment.

Minnet är emellertid långt hos bilintresserade. Under ytan av avancerad inspiration från flyget, lever bilden kvar av oljeosande tvåtaktare. Märkets särprägel betonas regelmässigt i recensionerna: "As anyone who has owned one can testify, Saabs are different [---] Saab has never built conventional cars".<sup>100</sup>

Saabs have always been celebrated for being distinctively different from other cars, from their unusual styling to their historic 2-stroke, 3-cylinder engines that sounded like popcorn machines. To the people who appreciated the driving characteristics of Saabs, the idiosyncrasies or unique features of the cars were tolerated at worst or applauded at best by those who simply enjoy difference for difference's sake.<sup>101</sup>

Saab har en lång tradition av att bygga innovativa bilar som ignorerar alla konventioner, skriver *Road and Track* 1998. Trots att 9-5 SE är byggd på samma underrede som Opel Vectra behåller den mycket av den excentriska charm ("quirky charm") som tidigare Saabar har.<sup>102</sup> 9-5 SE fanns även med världens första asymmetriska V6 turbomotor, vilken bidrog till att upprätthålla Saabs image av att tänka okonventionellt.<sup>103</sup>

## I fin form

Saab har ett gott rykte i designvärlden, något som på ett iögonfallande sätt kontrasterar mot motorjournalistikens ofta njugga inställning till märkets formgivning. I snart sagt alla större presentationer av bil-design finns Saab representerat. Flera modeller har blivit klassiker, inte minst Saab 92 och 99. Saab har alltid framstått som designmedvetet, inte minst om man jämför företaget med Volvo, åtminstone fram till nittiotalet. Även reklam och produktbroschyrer har emellanåt haft en avancerad konstnärlig utformning.<sup>104</sup>

När en ny permanent designavdelning öppnade på Victoria and Albert Museum i London 1982, genom en donation av Terence Conrad, var två svenska designers representerade: Wilhelm Kåge och Sixten Sason. Saab 92 visades på bilder och med modeller. Just Sason nämns påfallande ofta vid namn i artiklar om Saab, till och med i motorpressen.<sup>105</sup>

Saab 99 har vunnit en plats i designhistorien för dess innovativa form (ritad av Sixten Sason och Björn Envall). Men bilen marknadsfördes aldrig under produktionstiden för sina estetiska egenskaper. Budskapet från Saab var konsekvent att "shape is subordinate to function". Det är förstås funktionalismens credo i lite omstöpt form, och dolde eller koketterade precis som modernismens funktionalistiska retorik med formgivarnas mödor.

Saab stylists are considered to have succeeded extremely well in their efforts to create functional yet attractive lines. The overall impression is not impaired by improvisation or "stuck on" brightwork. This is one of the reasons why the Saab 99 L is regarded as a cleanly-styled car with a subtle air of subdued elegance.<sup>106</sup>

Sason hade påbörjat arbetet med 99:an, men det slutfördes efter Sasons död av Envall som börjat på Sasons designkontor 1960 och senare blev Saabs förste heltidsanställda designchef.<sup>107</sup> Referenserna tillbaks till 92:an är tydliga, samtidigt som 99:an var helt samtida med sitt formspråk.

Udda utseende uppfattas i allmänhet inte som vackert (vad som är vackert är i hög grad en fråga om konventioner, och som sådana formade av vanor och social anpassning). Saab har, som ovan nämnts, ofta kritiserats för att vara ful, trots att de tidiga modellerna ofta förekommer i designhistorien:

It has long been assumed that nobody, not even a Swede, could design a car as funny-looking as a Saab without a good reason.<sup>108</sup>

No one has ever accused Saab of designing an exceptionally beautiful car and the Swedish carmaker isn't about to break that record with the new 900-series.<sup>109</sup>

... the styling department (if they have one at Saab) must get along as best it can...<sup>110</sup>

Unfortunately (for Saab), many people have been put off by the unusual exterior styling, and perhaps some of the other features that make Saabs different, so the Swedish carmaker has found itself with an enthusiastic, but small, following.<sup>111</sup>



STORRA SERIEN RÄTTRETTST / 1000 1000 1000 / 1000 1000 1000 1000

Motorpressens ofta negativa bedömning av Saabs utseende har också att göra med de långlivade modellserierna. Tidningarna lever på att presentera nyheter, men förändringstakten har alltid varit långsam på Saab. På den retoriska frågan vilket världens bästa jobb är, svarade *Car and Driver* 1993 "formgivare på Saab". Men inte för att man får arbeta med spännande design, utan för att man kan rulla tummarna:

...if you were a Saab stylist, the only heavy lifting required was the rendering of the 9000 nine years ago. Meanwhile, you guzzled aquavit and chatted up blond stewardesses.<sup>112</sup>

Samtidigt som kritik riktas mot såväl helhetsgestalten (Saabs förkärlek för "hatchbacks") och detaljer såsom stänkskydd mellan fram- och bak-hjulen på 900-serien, eller placeringen av tändningslåset mellan framsätena, är det precis samma saker som får beteckna Saabs excentricitet i positiv bemärkelse. Kanske är "fulsnygg" det ord som bäst täcker in de amerikanska motorskribenternas förhållande till märket. "It's nuts" – men det är kul!



SAAB 95



Scattered throughout Sweden right now are Virginia Nuts billboards featuring the face of Richard Nixon. Below is this legend: *The best nuts come from America*. Well, okay. But some pretty amazing vehicular nuts come from Sweden, too.<sup>113</sup>

Diskrepansen mellan hur designvärlden och motorvärlden bedömer Saab-modellernas estetiska kvaliteter behöver emellertid inte enbart ses som ett uttryck för skilda normer och värderingar. Det kan även uppfattas som betecknande för hur preferenser uppkommer och utvecklas inom ett fält. Som framgått var många av dem som tidigt investerade i en Saab akademiker. Såväl märkets geografiska som sociala spridningsmönster i USA sammanfaller med det mest tongivande produktionsområdet för designdiskursen. Samtidigt är märket tillräckligt smalt för att förläna det en kulturell exklusivitet, och därmed en differentierande kvalitet. En av de egenskaper som förknippas med Saab-ägare är designmedvetenhet.

Saabs positionering med spetsdesign skedde länge utan aktiv support i marknadsföringen, som fortsatte att tala om framförallt märkets teknik. Men under åttiotalet började Saab på tidstypiskt vis att förstär-

*Konsten att packa en Saab 95:a. Omslag till engelsk produktbroschyr 1961. Foto: Jens Östman, Kungliga biblioteket.*

ka sin varumärkesprofil. Man talar om att etablera en gemensam bild av företaget (Saab använder vid tiden "picture" istället för det vanligare "image").<sup>114</sup> Samtidigt har företaget problem på utvecklingssidan. De små volymerna blir en allt större hämsko. Åttiotalet var inte ur designsynvinkel något nyskapande decennium för Saab. 900-serien som började säljas 1978 byggde vidare på 99:an i väntan på en ny mer exklusiv modell. Det tycks som att företaget försökte anpassa den nya modellen till en marknad som ville ha en mer traditionell bil.

It seems clear that the new 4-door styling treatment and the automatic transmission option for Turbos are moves by Saab to get closer to the mainstream of consumer demand.<sup>115</sup>

När 9000-serien presenterades 1984 (1985 års modell) fick den visserligen ett gott mottagande, men formmässigt var den – som tidigare påpekats – en anpassning efter vad marknaden ansågs efterfråga och innebar snarast en inordning i ett dominant designtänkande inom bilvärlden än det radikala nytänkande som är en del av Saabs image.

Samtidigt med denna anpassning till medelvägen börjar Saab framgångsrikt bygga den berättelse om unicitet som skulle följa märket in i det nya millenniet. Saab 9-3 och 9-5 (1997) bygger formmässigt vidare på 900- och 9000-serien. Men vid nittiotalets slut återknyter Saab (medvetet eller inte) till femtiotalets mer konstnärligt inriktade marknadsföring. Ett utmärkt exempel på detta är ett litet, kvadratisk, grågrönt häfte från 1999. Färgen associerar till femtiotalets färgskalor, som då åter kommit på modet. På omslaget, som saknar bild, står med vit text: "In George Orwell's '1984', Oceania promised us conformity, convention and compliance. At Saab we never do things by the book." Det är ett intellektuellt anslag som inte liknar många andra biltillverkare. På första uppslaget reproduceras en Saab 92:a, men hårt stiliserad som siluettbild mot röd bakgrund. Flera genomskinliga ark är inbladdade i broschyren, med vad som synes vara utdrag ur Orwells bok. Mellan raderna finns one-liners som "We disagree", "Not in our opinion", "We don't think so", "Not in our book". Bland fotografierna av 9-3- och 9-5-modeller återfinns Arne Jacobsens ikoniska Myran-stol i blont trä. Utan bildtext eller kommentar. På ett relativt subtilt sätt länkas Saab härigenom till Scandinavian Modern. Saab har alltså vid denna tid tillgripit samma strategi som Volvo.<sup>116</sup>

Såväl motorpressen, som att döma av försäljningen även konsumenterna, mottog anpassningen till medelvägen positivt. När *AutoWeek*



2002 hälsade Saabs sedan 9-3 med "It's far from an ugly car" var det ett välkomnande av en bil som inte särskiljer sig.

...except for the grille, it's difficult to discern much Saabness in the 9-3 Sport Sedan's skin [---] Its clean, uncluttered lines, short front and rear overhangs and truncated rear deck do give the car a somewhat handsome, traditional sport sedan-like profile, but overall the styling doesn't break any new ground in the school of European automotive design. Some go so far as to call it dull. We'll just say it looks mainstream, and that's the point.<sup>117</sup>

Det är inte enkelt att framstå som både unik och normal. Att ha en excentrisk profil som passar dem som inte vill sticka ut alltför mycket. Saabs vingliga balansgång fortsätter av allt att döma också under det nya millenniet.

## En svensk bil

Det allmänna mönster som vi tidigare uppmärksammat, i anslutning till Steene, om att ett främmande inslag ofta inledningsvis uppfattas i nationella termer, gäller också Saab. Men jämför man med Volvo är det tydligt att Saab i mindre utsträckning associerats till Sverige, antagligen som följd av att Saabs image (sport, flyg, originalitet) harmonierar mindre med Sveriges PCI än Volvos (trygg, tråkig, stabil). Liksom med andra områden som studerats i denna bok, var det under de första åren, när märket fortfarande uppfattades som en nykomling, som de mest hisnande sammankopplingarna gjordes med andra "svenska" företeelser. En av de mest ambitiösa återfinns i julinumret av *Car and Driver* 1968. I samband med att Saab Sonett v4 testkörts har tidningen låtit ta fotografier av bilen tillsammans med en figur klädd i en svart rock med kåpa, uppenbart inspirerad av Ingmar Bergmans *Det sjunde inseglet*. Det vittnar förstas om filmens oerhörda genomslagskraft, också bland motorjournalister, men även om Saabs rykte som svenskt, udda och särpräglat: Saab "is something of a mystery – like one of those image-filled movies from Scandinavia, it leaves you torn between euphoric ecstasy and dismal despair".<sup>118</sup>

Den vanligaste kopplingen mellan bilens svenska ursprung (COO eller COE) och dess egenskaper rör annars vinterväghållningen. Saab har under lång tid marknadsförts som en bra vinterbil. Den tidiga etableringen i nordöstra USA, och framhjulsdriften, förstärkte denna image. Men imagen att vara byggd för färder till Nordpolen kan också slå tillbaka

på Saab. När *Road and Tracks* testförare av Saab 900S finner att motorn går ojämnt vid låga temperaturer utbrister han att han inte väntade sig detta av en bil "originating in a God-awful climate such as Sweden's".<sup>119</sup>

Inriktningen mot exklusivare marknadssegment och satsningen på cabrioletter har nödvändiggjort komplementära strategier vad gäller vinterbilmagen. 2006 lanserade Saab en reklamfilm där åskådaren ser hur våren anländer till ett nordligt, bergigt vinterlandskap. Grizzlybjörnen kommer ut ur sitt ide, blommor bryter igenom snötäcket, mården byter till sommarpäls och fisken leker i floden. På en vinterväg kommer en sommarblomsgul, nedcabbad 9-3 Convertible med en flock gäss i formation ovanför: "Easily Mistaken for a Summer Car".<sup>120</sup> Miljön kan säkert ge amerikaner associationer till ett avlägset Sverige (och mer precist till Nils Holgerssons underbara resa), även om djurlivet snarare pekar mot Kanada eller Alaska.<sup>121</sup> Men framförallt bygger den på det vanliga greppet i bilreklam att beskriva fordonet som ett sätt att komma närmare naturen.

Saab har också lekt med ursprunget i det kalla nord på andra sätt. Till bilsalongen i Genève 2006 lät man frakta 55 ton is från norra Sverige. Isblocken utgjorde en mäktig fond, för konceptbilen Aero x, som härigenom lyckades förena berättelser om nordisk härkomst och arvet från flygindustrin. Presentationen fick också bra med uppmärksamhet i pressen.<sup>122</sup>

Många artiklar om nya Saabmodeller nämner överhuvudtaget inte Sverige, till skillnad från i Volvoreceptionen. Saab jämförs ibland med andra bilmärken, men det vanligaste mönstret är att Saab jämförs med Saab. Märkets särställning förstärks härigenom. En Saab är en så unik bil att den inte låter sig jämföras med andra märken. Detta receptions-mönster är vanligast hos de mest exklusiva bilmärkena med särpräglad identitet (Alfa Romeo, Ferrari, Jaguar etc.). I den mån Saabs ursprung används i artiklar är det i form av stereotypa formuleringar om nordisk vinter, att bilen har "a hint of Viking spirit hidden under the hood",<sup>123</sup> är "a descendant of the Vikings",<sup>124</sup> eller "a Trollhättan troll".<sup>125</sup>



Historiskt sett har Saab självt inte varit påtagligt angeläget att betona märkets svenska ursprung. Inte ens under etableringsfasen på femtiotalet framhålls Sverige.<sup>126</sup> Liksom Volvo använder Saab på sjuttioalet även den vagare bestämningen "nordisk", i exempelvis formuleringar



*Bergmanbil.  
Reproducerad ur  
reportage om Saab  
Sonett i Car and  
Driver 1968. Foto:  
Gene Butera.*

som "developed in Nordic climates and on Nordic roads".<sup>127</sup> Det är en formulering som kan leda en amerikan att lika gärna tänka på Kanada som Sverige. I produktbroschyerna från denna tid finns också relativt många bilder av vinterkörning.

Liksom Volvo inrättade Saab på sextioalet ett försäljningsprogram för amerikaner på tjänstgöring eller semester i Europa, "European Delivery Program". Men anmärkningsvärt är att Sverige inte heller i detta

program användes som försäljningsargument. Det finns inte, som hos Volvo, tips om att besöka det svenska glasriket eller den svenska huvudstaden. Däremot omtalas möjligheterna att köpa en bil till förmånligt pris medan man möter våren i Paris, besöker Picadilly Circus, ser holländska blomsterodlingar eller klättrar i de schweiziska alperna.<sup>128</sup>

Det är först med GM:s övertagande som Saab blir del av den internationella varumärkestrenden att betona nationell och regional härkomst. 2006 marknadsför Saabs europeiska "Military Sales" i USA med att "You can choose to pick up your new Saab in many of Europe's most beautiful cities, including Saab's hometown of Trollhättan, Sweden".<sup>129</sup> Med början strax före millennieskiftet har Saab arbetat intensivt på att förknippas med en skandinavisk designtradition. Företaget gav 1999 ut broschyren *Design*. På ett utvikbart mittuppslag avbildas åtta Saabbilar mot svart bakgrund. De överlappar varandra på ett sätt så att endast bakvagnen syns. De representerar Saab från födelsen till samtiden. Den äldsta 92:an är grön, de andra sju är röda, vilket förstärker deras inbördes likhet. Från 9-5 längst till vänster kan man följa genealogin tillbaks till ursprunget – och slås av kontinuiteten. Men likheten, eller om man så vill skönheten, är inte sökt, enligt Saab:

For us, design is a visible, harmonious synthesis of optimum function. Every little detail has its given place, in the same way that your every question deserves an answer. The result is the simple, clean lines for which Scandinavian is so renowned.<sup>130</sup>

Visualiseringen av Saabs DNA sker ofta tillsammans med ord som "unpretentious", "honest use of materials", "pure", "simplicity" och "timeless", samtidigt som det ackompanjerande bildmaterialet blir alltmer abstrakt. Det kan vara ett oskarpt svartvitt landskapsfoto, en detalj av en vevaxel eller ett brunnslock.<sup>131</sup> "With our Scandinavian design heritage we feel it is possible to express more with less."<sup>132</sup>

Färgskalan i Saabs marknadsföringsmaterial har också anpassats i linje med de önskade associationerna till skandinavisk formgivning. Brutna, omättade pastellfärger dominerar på 2000-talet tillsammans med nyanser av grått. Endast i tidskriftsannonser används en bjärtare färgskala, men Saab poängterar i sina interna riktlinjer att intrycket måste vara "very Saab" och inte "too advertisy".<sup>133</sup> Saab ska enligt GM:s dåvarande europachef Carl-Peter Forster, "bättre ta vara på sitt arv och sin tradition, vara mer nordiskt blond och förfinad i designen, ha mer av flygkänsla i förarmiljön när man har rötterna i flygplanstillverkning".<sup>134</sup>

Även om sportflyg fortfarande är en exklusiv och attraktiv dröm/ sysselsättning för företrädesvis unga män, har flygets symbolvärde för modernitet minskat kraftigt sedan femtio- och sextiotalen. Att flyga har blivit vardag för stora delar av västvärldens befolkning. Till flyget har också periodvis knutits starka negativa associationer, som miljöförstöring och terrorism.

Vi har tidigare, i samband med Swedish Modern och Scandinavian Design, i termer av spårberoende, diskuterat hur en stark berättelse kan bli begränsande när de receptionsmässiga villkoren förändras. Det är inte svårt att se att Saab har problem med att anpassa sin berättelse till 2000-talet. Samtidigt som Sveriges och Volvos image har stärkts i tider av (upplevd) global osäkerhet, fortsätter Saab att söka ett sätt att göra berättelser om excentricitet och flygplan till marknadsvinnande koncept, och få dem att harmoniera med bilder av skandinavisk design och Sveriges globala image. Varumärkesidentiteten tycks också ha hanterats vårdslöst av GM, som länge tycktes ha som ambition att bygga en svensk BMW, istället för att utnyttja associationer kring Sverige och Skandinavien samt utnyttja Saabs snirkliga historia som en del av varumärkesbygget.

Under de senaste åren har GM emellertid, som framgått, valt att stärka betona Saabs svenska hemhörighet. Men var ligger det "svenska" hos Saab? Att döma av utspel i medierna finns ingen samstämd uppfattning om det i GM-gruppen. För Saabs dåvarande VD, Jan-Åke Jonsson, spelar tillverkningslandet roll: "För att Saabs varumärke skall bibehållas svenskt måste vi över en kritisk massa för hur många Saab-bilar det tillverkas i Sverige. [---] Bara cabbar tror jag är för lite."<sup>135</sup> Utan att precisera hur stor del av Saab-bilarna som måste tillverkas i Sverige, markerar alltså Jonsson uppfattningen att tillverkningslandet påverkar märkets image. Om en betydande del av Saab-bilarna inte längre produceras i Sverige, kommer då varumärket att förlora sin svenskhet?

Halo-effekter av Sveriges image som ett stabilt, demokratiskt och välordnat samhälle påverkar även synen på Saab. När sedanversionen av 9000 lanserades 1990 uttydde *Car and Driver* modellbeteckningen CD som "Civilized Disposition" (istället för tänkta "Classic Design").<sup>136</sup> Även om "civiliserad" i artikeln syftar på att Saab anpassat modellen efter amerikanska krav på mjukare fjädring etc., vittnar ordvalet om Sverigebildens påverkan på skribenten. Ett annat exempel är *Car and Drivers* anmärkning att "Swedish convertible" (alltså både i betydelsen cabriolet och förvandlingsbar) låter ologiskt! Rubriken till denna för-

handsartikel om 900 Convertible har för övrigt fått rubriken "Attack of the Topless Swede", vilket naturligtvis är uttryck för en annan seglivad stereotyp.<sup>137</sup>



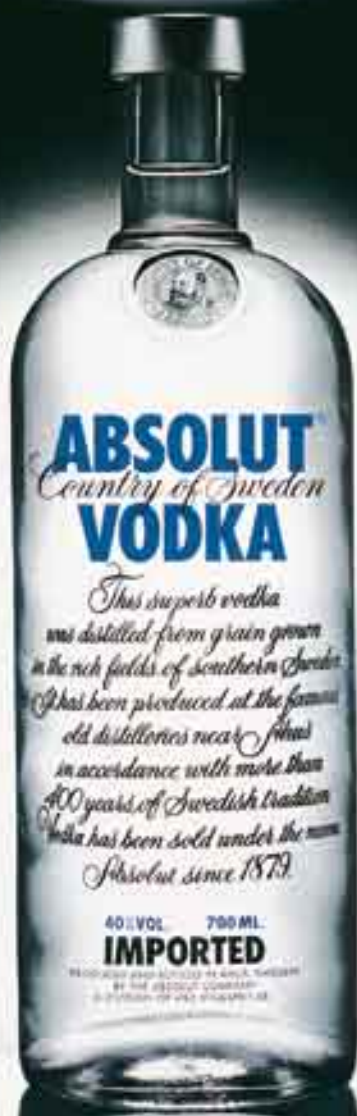
Vi såg i föregående kapitel hur Volvo redan tidigt under femtiotalet blev omtalad som amerikaniserad och välanpassad. Saab har alltid framstått som motsatsen (med undantag för misslyckade satsningar som 9000-modellen), som ett märke "designed exclusively for the home market".<sup>138</sup>

Det som idag skiljer olika bilmärken åt är framför allt den synliga formgivningen av exteriör och interiör. Saab 9-7X fick en ny grill och interiör, och lite lägre frigång än Chevrolet Trailblazer. Dessutom lär GM ha spenderat \$50 per producerad bil på att flytta tändningslåset till golvet, något som uppfattas som ett unikt Saabdrag. Ändå fick modellen snabbt rykte om sig i USA att vara "a Fake Saab".<sup>139</sup>

Att det svenska ursprunget trots allt fortfarande är en del av märkets identitet har avspeglats i de senaste årens negativa skrivelser om modellutvecklingen under GM:s ledning. Det gäller inte minst Saabs SUV:ar byggda på tidigare utvecklade GM/Subaru-plattformar. *Car and Driver* satte den ironiska rubriken "Sushi rolled in a Swedish pancake" på en testkörning av 9-2X,<sup>140</sup> och "Swedish Seoul" på en förhandspresentation av 9-7X.<sup>141</sup> Det enda svenska med 9-2X är själva Saabmärkena, fortsatte tidningen, med tillägget att också dessa emblem kan vara tillverkade i Japan. Längre fram i artikeln noteras emellertid att Saab genomfört "a full IKEA makeover" av interiören.<sup>142</sup> Jag har inte sett fler omnämnanden av IKEA i samband med bilar, men det är en intressant indikation på halo-effekter mellan olika varumärken som förknippas med Sverige. Vad Saab, Volvo och IKEA gör i namn av att vara svenska (COO eller COE) påverkar inte enbart hur Sverige och svenskar uppfattas i USA, utan också hur andra "svenska" produkter och varumärken bedöms. Detta oavsett om det är avsiktligt eller önskvärt från företagets sida.

Ovan anförda ironi om var Saabs märken är tillverkade anspelar på vad som på engelska kallas "badge engineering", och som syftar på produkter som huvudsakligen särskiljs genom sitt varumärke. Bilmodeller byggda på samma plattform, med i stort sett samma komponenter, är ett vanligt exempel på "badge engineering" som förstås låter snarlikt "bad engineering". Motorjournalistiken har under senare år varit full

av ironier kring fenomenet. Vad är det konsumenten egentligen får för pengarna när hon/han köper en Saab 9-3 istället för en Chevrolet Malibu eller Pontiac G6? Kanske en svag lukt av inlagd sill i kupén?<sup>143</sup>



**ABSOLUT**  
*Country of Sweden*  
**VODKA**

*This superb vodka  
was distilled from grain grown  
in the rich fields of southern Sweden.  
It has been produced at the famous  
old distilleries near Åhus  
in accordance with more than  
400 years of Swedish tradition.  
Vodka has been sold under the name  
Absolut since 1879.*

40% VOL. 700 ML.

**IMPORTED**

PRODUCED AND BOTTLED IN ÅHUS, SWEDEN  
BY THE ABSOLUT COMPANY  
A DIVISION OF V&S VIN & SPRIT AB

**ABSOLUT PERFECTION.**



## Absolut Sverige

Vid sidan om IKEA, Volvo och Saab, torde Absolut Vodka vara det "svenska" varumärke som främst förknippas med Sverige i USA. Till skillnad från de båda förstnämnda var Absolut dessutom redan från början primärt inriktad på just den amerikanska marknaden. Absolut introducerades i USA före Sverige. Idén var att sälja enkel, smaklös vit sprit som om det vore en lyxprodukt. Och att använda dess ursprung (COO) som försäljningsargument. Båda strategierna var högst okonventionella vid sjuttioalets slut. När detta skrivs är svenska staten på god väg att sälja Vin & Sprit.

Projektet startade 1976. Vin & Sprit såg sig om efter internationella marknader, och den amerikanska föreföll lovande. Tre år senare, den 17 april 1979, lämnade den första lasten Absolut Vodka Åhus, med destination Boston.<sup>1</sup> Det året såldes 90 000 liter. Följande år, 1980, publiceras annonskampanjen "Absolut Perfection" och försäljningen ökade markant till 1,1 miljoner liter.<sup>2</sup> Försäljningsframgångarna överträffade förväntan. Redan ett par år senare, 1982, passerade Absolut Vodka den finska konkurrenten Finlandia och blev näst största importmärke av vodka till USA. 1985 passerade man även det största importmärket Stolichnaya.<sup>3</sup> Men även om kvantitetsökningen är anslående, bör man ha i minnet att den importerade vodkan stod för en försvinnande liten andel av den totala försäljningen i USA, där vodka var synonymt med Smirnoff.<sup>4</sup> Ur svenskt perspektiv, för Vin & Sprit och för produktionsanläggningen i Åhus, var det dock frågan om avsevärda volymer. Produktionen var 1985 uppe i 12,7 miljoner liter och Absolut Vodka började introduceras i fler länder. 2004 producerades den miljardte flaskan, och vodkan såldes detta år i 126 länder med en sammanlagd volym om 76,1 miljoner liter.<sup>5</sup> Trots den internationella expansionen fortsatte USA att

*Absolut Perfection, 1982. Foto: Absolut Vodka.*

vara den enskilt viktigaste marknaden fram till 2006, det år då den övriga internationella försäljningen första gången var större än den amerikanska. Andelen av den amerikanska marknaden är numer drygt tio procent. Absolut är världens tredje största spritmärke, men har ändå mindre än hälften av Smirnoffs försäljning i liter räknat. Störst är Bacardi. Det gör ändå Absolut till Vin & Sprits viktigaste inkomstkälla, med över hälften av företagets omsättning.<sup>6</sup>

När Absolut introducerades använde inte andra svenska företag sitt svenska ursprung (COO) som någon viktig egenskap att framhålla i USA. Men just ursprungslandet var ett argument som Vin & Sprit tidigt övervägde att använda, även om också andra strategier fanns på ritbordet. Det kan tyckas förvånande, eftersom vodka ju starkt förknippats med Ryssland. Till och med den marknadsledande amerikanska vodkan Smirnoff drar nytta av sitt ryskklingande namn (COE), liksom flera av de andra märkena: Romanoff, Georgi med flera. Också Vin & Sprit övervägde att sälja Absolut i en Rysslandsassocierande flaska (COE), men planerna avskrevs. I de frostiga förbindelser som rådde mellan Ryssland och USA kunde Absoluts svenska härkomst istället vändas till en fördel. I en tidig annonskampanj, "Absolut Clarity", hölls ett förstoringsglas fram "Country of Sweden", som för att på ett subtilt sätt framhålla ursprungslandet.

Absolut Vodka är ett sällsynt lyckat varumärkesbygge, också i ett internationellt perspektiv, som har blivit mycket uppmärksammat av marknadsföringsvärlden. Också stora konsumentgrupper har ett passionerat förhållande till produkten. På nätet handlas det i stor skala med Absolut Vodka-reklam, affischer och promotionprylar.

Liksom andra premiummärken säljer Absolut Vodka flärd, exklusivitet och excentricitet. Det fysiska innehållet i flaskorna, i princip ren alkohol och vatten, kommer i andra hand. Det är Absoluts image som säljer den rena spriten till ett häpnadsväckande högt pris.

Att flaskan gjordes i klarglas som tillsammans med den vita spriten gjorde den helt genomskinlig understryker renheten hos innehållet, liksom kanske även likheten med medicinflaskor. Designen associerar till uppriktighet och ärlighet – någon som Sverige har ett visst rykte om – men också klarhet och kyla. Flaskan binds till Sverige genom texten som är tryckt direkt på glaset och som förklarar att produkten kommer från "Country of Sweden". Det är en visuell form som är helt samstämmig med den image av svensk (eller skandinavisk) design som dominerar hos målgruppen, den amerikanska medelklassen. Svensk design i glas,



*Svensk säd i rysk  
rusdryck. Prototyp  
till flaska för svensk  
vodka. Foto:  
Absolut Vodka.*

möbler och sprit kännetecknas i denna reception av samma värden: exklusiv minimalism, öppet redovisat material, strama, enkla linjer.

Men det var inte givet att Absolut Vodka fick denna framgångsrika förpackning. Vägen fram till den till synes självklara slutprodukten gick genom ett landskap befolkat av alla de gängse symbolerna för Sverige: vikingar, kungakronor, svenska landskap med mera.<sup>7</sup>

Med facit i hand var det ett lyckokast att Absolut inte använde sig av vikingar, eller andra traditionella symboler för Sverige. Det fanns också ett tidigare svenskt misslyckande att dra lärdom av, även om det inte finns något som tyder på att det aktualiserades 1978–79. I slutet av femtiotalet försökte Vin & Sprit lansera den svenska "folkvodkan" Explorer i USA. Den var först tänkt att lanseras som Viking Vodka, men det märket fanns redan. Det var en tid när Skandinavien fick relativt stor uppmärksamhet genom design och film, men vodkalanseringen blev ett fullständigt misslyckande, kanske främst för att resurser saknades för långsiktig marknadsföring. Flaskan med sin korta hals och dess blå-gula kartong var formgiven av Sigvard Bernadotte, medan vikingabåten på etiketten hade ritats av Torsten Eriksson.<sup>8</sup>



Många vill förstås ta åt sig äran av det lyckosamma varumärkesbygget av Absolut och dess marknadsföring, men det är lätt att gripas av misstanken att de ledande aktörerna inte var helt på det klara med varför märket blev en framgång. Enligt Jerry Siano på reklamfirman N.W. Ayer, associerades Sverige vid tiden för etableringen med isbjörnar och klarhet, men det var inte landets image (PCI) som var det viktiga: "Jag har aldrig varit med om någon som frågar efter en svensk vodka. Country of Sweden är en kvalitet, inte ett namn."<sup>9</sup>

"Country of Sweden" pekar mot att vodka inte är en inhemsk, amerikansk produkt. Det gör även namnet, där amerikaner uppfattar "absolut" utan engelskans avslutande e som en anomali. Det finns åtminstone tre skäl till stavningen av produktnamnet. För det första fastnar namn som är lite udda lättare i medvetandet. Engelskspråkiga fyller omedvetet i det saknade e-et. För det andra fanns juridiska skäl. Vin & Sprit ville inte riskera att behöva bevisa att produkten verkligen var "absolut". Det tredje skälet var att man önskade signalera främmande exklusivitet, ungefär som det amerikanska glassmärket Häagen-Dazs. Det slopade e-et pekar vagt mot ett europeiskt ursprung.

Längs denna linje har de smaksatta varianterna, som blivit stora succéer trots att de bryter mot själva grundkonceptet ren sprit, också fått namn som upplevs som udda: Absolut Peppar (1986), Absolut Citron (1988), Absolut Kurant (1992), Absolut Mandrin (1999), Absolut Vanilia (2003), Absolut Raspberri (2004) och Absolut Apeach (2005). Därefter har några smaker med mer normal engelsk stavning följt: Absolut Ruby

Red (2006), Absolut Pears (2007), Absolut New Orleans (2007) och Absolut Mango (2008). Efter Peppar och Citron har alltså inte svenska be-teckningar använts. Sverige uppfattas inte som något starkt argument av marknadsförarna:

[TBWA] understood that the concept of "Sweden" often draws a blank. When there is some recognition, it's usually dominated by tall blondes, fields of snow, and maybe a Volvo. Otherwise, it's simply confused with the other "Sw" country, Switzerland. Neither Hayes nor Turner [at TBWA] wanted to take the "Swedish heritage" route, but both felt it would probably be a necessary part of the mix at the final presentation.<sup>10</sup>

En lagom främmande produkt var vad den amerikanska marknaden ansågs kunna vilja svälja.

## Absolut visuellt

Vin & Sprit har haft turen, eller skickligheten, att samarbeta med reklambyråer som förstått att utnyttja den produktifferentieringspotential som finns i namnet, ursprungslandet och den originella förpackningen. De bulliga, vidhalsade flaskorna, inspirerade av gamla svenska medicin-flaskor, blev snabbt ett tydligt särskiljande igenkänningstecken.

Absoluts framgångar bygger i hög grad på den visuella kommunika-tionen, alltifrån den sparsmakade utformningen av förpackningen till de många anslående bilderna av den på affischer och reklamfilmer. To-nen slogs an redan genom den första annonskampanjen 1980 – Absolut Perfection – och har senare befästs genom en lång rad framgångsrika annons-serier. I de flesta annonserna spelar själva flaskan huvudrollen, även om man i senare annonser ibland kunnat exkludera den, eftersom den blivit så välkänd att den ändå adderas av mottagaren. Reklamtex-ten består alltid av två ord, varav det ena är Absolut. (Absolut Kansas, Absolut Cameron, Absolut Purity, o.s.v.).

Om Sverige (COO) spelar en stor del i varumärkesberättelsen, och framhålls på själva flaskan, har reklamkampanjerna snarast placerat Absolut i andra världar. Antingen geografiskt (som i Absolut Cities) eller socialt (i konstvärlden, i designvärlden, i modevärlden, och i andra prestigefulla världar). Det handlar om att koppla varumärket till konsu-menternas behov av definiera sig själva som framgångsrika och exklu-siva. Marknadsföringen har alltså inte betonat vodkans ursprungsland, utan dess (livsstils)image. Att Sverige har ett anseende som högutveck-

lat västland (kanske även hjälpt av stereotyper om Schweiz) motverkar knappast dessa ambitioner. Absolut Vodka har även lyckats undvika att beröras av negativa associationer till det påstådda svenska supandet. (Se vidare kapitlet De Fyra Essen.)

Livstilsimagen skapas alltså genom framgångsrika produktassociationer. Om anlitaandet av modeskapare skriver Richard W. Lewis, sedan 1987 ansvarig för TBWA:s marknadsföring av Absolut: "After all, fashion was another area of culture, popular or otherwise, in which consumers looked to define themselves but required taste agents to guide them."<sup>11</sup>

En annan viktig strategi för att placera Absolut Vodka bland premiummärkena var att förse märket med en lång historia. I marknadsföringen sträcker sig spritmärkets genealogi ända tillbaka till 1500-talet. På varje Absolut Vodka-flaska finns en kortversion av berättelsen att läsa:

This superb vodka was distilled from grain grown in the rich fields of southern Sweden. It has been produced at the famous old distilleries near Åhus in accordance with more than 400 years of Swedish tradition and sold under the name Absolut since 1879.

Förhistorien grundas på att svenskarna förmodligen lärde sig att destillera spritdrycker på 1400-talet. Men den viktigaste milstolpen i Absolut Vodkas historia, vid sidan av 1979, infaller bara hundra år tidigare, 1879, då "brännvinskungen" Lars Olsson Smith (1836–1913) började tillverka "Absolut rent Brännvin". Smith använde den då nya tekniken varmrening: kontinuerlig destillation i kolonner som ersatte traditionell rening genom filtrering. Som om han varit en verklig kung, pryder L. O. Smith varje flaska i form av ett sigill nära flaskans hals.

För att motivera det höga priset måste också spritens kvalitet betonas. Av texten på flaskorna framgår att vodkan görs på vete som vuxit i södra Sverige. I marknadsföringen framhålls stereotypen om de långa vintrarna som bidragande till kvaliteten:

Winter wheat is sown in the fall and lies dormant, gathering strength, during the long months of the Swedish winter. Spring brings new growth and when harvested this hardy wheat has no equal. We minimize the use of fertilizers, adding yet another dimension to the perfection of ABSOLUT. The water comes from our own well, deep down in pristine aquifers, unreachable by pollution and impurities.<sup>12</sup>

Betoningen av betydelsen av svenskt vete och det rena källvattnet i Åhus (COO) gör det för närvarande omöjligt för Absolut att arbeta med licenstillverkning, även om Vin & Sprit såldes till franska Pernod Ricard 2008. Till skillnad från exempelvis Smirnoff sker all tillverkning av vodkan på en och samma ort: Åhus, Sverige. Det är ett destillerat Sverige som ryms i flaskorna.





## It's a big country. Someone's got to furnish it...

...löd IKEA:s kaxiga slogan vid den amerikanska etableringen 1985. Med IKEA får Sverige för första gången en omfattande möbelexport till USA.<sup>1</sup> Men IKEA säljer inte bara möbler till amerikanerna. Företaget säljer också Skandinavien, Sverige och Småland, förpackat i platta paket i blågula varuhus. Det säljer svenska köttbullar med lingonsylt, Marabou mjölkchoklad, svenska snapsar, Kalles kaviar samt en och annan dalahäst.

IKEA:s offensiva etablering i USA bröt en lång period av relativ tystnad kring svensk design. Visserligen exponerades, marknadsfördes och såldes svenskt glas med mera även efter glansperioden 1930–60. Men det var inte längre det unga, trendkänsliga delen av designfältet som visade intresse. Bevakningen av ny svensk design i amerikanska design- och inredningstidskrifter avtog påtagligt under sextio- och sjuttiotalen.<sup>2</sup>

Symptomatiskt är att när *House Beautiful* hittade fräsch och glad design i Sverige 1973, var det just IKEA som fick en framskjuten plats. Vackrare vardagsvaror har alltid varit formgivarnas motto i Sverige, skriver tidskriften, men tack vare nya material och nya tillverkningsmetoder har nu nästan alla råd att köpa dem.<sup>3</sup> På uppslagen samsas IKEA:s produkter med äldre statusfyllda varumärken som Orrefors och Gustavsberg. Och IKEA:s varuhus i Stockholm sägs vara en "incredible supermarket for furniture".<sup>4</sup>

Artikeln i *House Beautiful* innehåller de vanliga stereotyperna om mörka, långa vintrar, men ger i huvudsak en mycket positiv bild av Sverige och svensk design, som sägs vara i takt med tiden samtidigt som den värnar traditionella svenska kvaliteter. Glöm inte att svensk de-

Författarens fällstol. Stolen "Jeff".  
Foto: IKEA, 2008.

sign inte bara *ser* bra ut, fortsätter artikeln, hushållsföremålen är också oerhört praktiska. Förklaringen till detta sägs vara den svenska kvinnosaksrörelsen – svenska kvinnor har inga intentioner att bli slavar under hushållsarbetet.<sup>5</sup> Att det är kvinnans sak att sköta hushållsarbetet, om än med väldesignade föremål, är däremot en självklarhet för *House Beautiful*.

Ändå dröjde det tio år, till 1983, innan IKEA tog beslut om att etablera sig i Amerika.<sup>6</sup> USA ansågs som en av världens tuffaste detaljhandelsmarknader, och Ingvar Kamprad tvekade:

Jag var mycket skeptisk. Jag ville att vi i stället skulle koncentrera oss på expansion i Östeuropa och vänta med USA. Men när jag hörde alla dessa entusiaster som verkligen helhjärtat ville satsa på USA tänkte jag att det skulle vara fel av mig att sätta stopp för planerna. Vi gick laget runt, alla sade sin mening och jag var den ende som var emot. Så till slut fattade vi beslutet. Hade det varit tjugo år tidigare så vete väl katten om jag inte sagt nej.<sup>7</sup>

Ingvar Kamprad kände mer för Östeuropa som han haft långvariga handelsförbindelser med, men den övriga ledningen såg USA som en viktig framtidsmarknad. IKEA hade sedan ett par år byggt upp en butikskedja i Kanada (Vancouver 1976, Toronto 1977, Edmonton 1978, Calgary 1979, Ottawa 1979, Quebec 1982, Montreal 1982 med flera) och hade alltså erfarenheter från Nordamerika. Men IKEA:s ledning var medveten om att det inte bara är metersystemet som skiljer Kanada från USA.

IKEA öppnade sitt första varuhus 1985 i Philadelphia, USA:s femte största stad. Ytterligare tre varuhus följde under åttiotalet: Washington 1986 (omlokaliserad 2002), Baltimore 1988 och Pittsburgh 1989. Huvudkontoret förlades också till östkusten, till Wilmington i Delaware inte så långt från Philadelphia, som dessutom hade förmånlig skattelagstiftning.<sup>8</sup> Det kan se ut som en tanke, men var sannolikt en tillfällighet, att IKEA valde platsen för den svenska stormaktstidens kortlivade koloni.

Att inrätta IKEA som en varuhuskedja i USA visade sig vara mycket besvärligt. Utbyggnaden gick långsamt och bakslagen var många. Vanligtvis lägger IKEA 3–4 procent av omsättningen på reklam, men i USA krävdes betydligt större insatser. Inför etableringen 1985 satsade IKEA två miljoner dollar på en annonskampanj, med annonstavlor, tidningsannonser och radio- och tevereklam. Den 130-sidiga katalogen skickades ut till 1,3 miljoner hushåll med en årlig inkomst över \$15 000.<sup>9</sup> Den massiva reklamkampanjen ansågs nödvändig, eftersom det var ett helt

nytt gör-det-självt-koncept som skulle göras attraktivt för de amerikanska kunderna.<sup>10</sup> Men trots att man satsade stort på reklam gick försäljningen trögt. Därtill fick man negativ press om dålig kvalitet och service.<sup>11</sup>

Det allvarligaste problemet var att varorna inte följde amerikansk standard. Glasen var för små (det cirkulerar en uppsjö anekdoter, bland annat berättas att kunderna köpte vaser för att använda som dricksglas), köksskåpen för grunda för att rymma pizzatallrikar, sängarna och sängkläderna hade fel mått (i USA används mått som "Queensize" och "Kingsize"), sofforna var för hårda och bokhyllorna rymde inte amerikanska teve-apparater. Dessutom saknades efterfrågade produkter som "recliners", dvs. ofta tekniskt avancerade vilfåtöljer. IKEA:s koncept – att sälja samma produkter med samma metoder över hela världen – tycktes inte fungera i USA. IKEA:s grundtanke om självservice mötte också problem. Amerikaner vill ha personlig service och är vana att få det till låg kostnad.

Försäljningssiffrorna talar förstås ett tydligt språk, men ser man till alla de artiklar som behandlar IKEA i amerikanska medier framkommer en mer komplex bild. Visst finns en hel del negativa, eller kanske snarare ironiska, skrivningar om "the Swedish way of shopping": "IKEA doesn't only expect you to pick up the goods yourself, you also have to put it together...".<sup>12</sup> Men det finns också mängder med positiva och entusiastiska rapporter från hur det känns att handla på IKEA, som detta lite längre citat ur *Adweek* 1992 kan få representera:

IKEA was made for people like me. It allows folks with limited imaginations – and limited budgets – to purchase good taste at very reasonable prices. IKEA's Swedish designs are infinitely safe; anyone with a spark of eccentricity would develop hives just walking into a showroom. But for many, IKEA is a godsend.

Borrowing, appropriately, a friend's Volvo, I recently headed out to IKEA's 25,000-square meter outlet in Elizabeth, N.J. [---] The place is huge but not intimidating. Something about the cheerful primary colors, the blue and yellow Swedish flags that greet you at the door and the throngs of children running everywhere puts you more in mind of a theme park than a furniture store.

As most people know by now, shopping at IKEA is a little more complicated than pointing and saying, "I'll take that." At the door, you pick up a 178-page catalogue, a pad and a pencil. Many people bring their own measuring tapes. Heading upstairs, you are invited to traipse through a labyrinth of model rooms, where no one yells if you sit on the furniture.

The idea is to write down the name and model numbers of everything you want to buy; later, you wait in one line to order the merchandise (stored in flat boxes in the warehouse) and in another line to pay. There are no two-month waits for delivery – you take everything with you.<sup>13</sup>

Möbler för folk med begränsad fantasi, men samtidigt ett företag med trevlig och osnobbig attityd, och snabb om än begränsad service. Texten är ambivalent till det främmande konceptet, liksom säkert många av IKEA:s kunder, men alls inte avfärdande. Längre fram beskrivs möblerna som varken "throwaway quality" eller något barnbarnen kan ärva. En medelväg mellan billigt och byggt för evigheten. Monteringsarbetet noteras också som ett problem, som kräver en händig pojkvän till hands (genusmarkeringen är den kvinnliga artikelförfattarens – IKEA är genusneutrala i monteringsinstruktionerna).

Priset och hastigheten med vilken konsumenten kan gå från lös planering till inhandlat paket är föremål för många artiklar om IKEA. *House Beautiful* klockade designern Laura Bohn, när hon köpte ett komplett hemkontor på mindre än två timmar. Men som så ofta avslutas artikeln, som följer Bohn minut för minut, med brasklappen: "Now comes the time-consuming part: putting together all that do-it-yourself furniture – or scheduling a visit from an IKEA-recommended in-home assembly service to do it for you."<sup>14</sup>

Under nittioalet hade IKEA alltmer anpassat sig till de amerikanska kraven.<sup>15</sup> *The Economist* kunde konstatera att IKEA:s extrema "globalism" inte höll (åtminstone inte i USA):

To achieve this [booming in the U.S.] IKEA had to revise several of its central tenets. The most basic was that it could sell the same product in the same way in Houston as it could in Helsingborg. IKEA took this approach to such extremes that its advertising deliberately stressed not only its clean Scandinavian design, but its blue-and-yellow Swedishness.<sup>16</sup>

Till det som ändrades hörde allt från mått och sortiment, till service. Sängar, skåp och dricksglas blev större, sofforna mjukare och "recliners" ingår numer i sortimentet. Färgkoordinering mellan produkterna visade sig vara viktigare för amerikanska konsumenter än för europeiska, liksom en starkare och klarare färgskala. Saker som fordrar montering är i katalogen märkta med RA (Requires Assembly). Marknadsföringen av hemtransporter har intensifierats liksom möjligheten att få hjälp med monteringen av produkterna. Dessutom erbjuder IKEA

heminredningshjälp, som i USA är en mycket mer allmänt omfattande professionell verksamhet än i Europa.<sup>17</sup> ”IKEA has draped itself in the stars-and-stripes by adapting but not destroying its original formula”, konstaterar *The Economist*.<sup>18</sup>

USA beskrivs ofta – som i ovanstående citat av Kamprad – som en krävande marknad, lättrollig och dynamisk. Ett shoppingcenter kan gå bra under några år för att sedan plötsligt tappa kunder och läggas ned. Även IKEA har tvingats stänga varuhus i USA, något mycket ovanligt för företaget. Björk skriver:

Främst handlar den amerikanska läxan om anpassning, eller i början snarare brist på anpassning, till en speciell och ytterst krävande marknad. Tidigare hade IKEA:s internationella expansion gått mer eller mindre på räls, men då handlade det mest om Västeuropa. Där accepterades IKEA med hull och hår, men det skulle visa sig att i USA var det inte lika enkelt.<sup>19</sup>

Rörlighet och ett osentimentalt förhållande till den byggda omgivningen är tveklöst en viktig del av amerikansk mentalitet. Men Björks analys av IKEA:s problem tycks mig innehålla en hel del USA-romantik, med föreställningar om en bättre fungerande marknad än i Sverige. Ett större problem för IKEA än att marknaden var fysiskt rörlig (till andra varuhus, andra shoppingcentra) är emellertid att den är mentalt långsam. När det kommer till många grundläggande handlingsmönster och smakuppfattningar är amerikanska konsumenter betydligt mer konservativa än europeiska. Det är inte bristande anpassning till en lättrollig marknad som orsakade IKEA problem, utan bristande anpassning till en trögrollig marknad.

Samtidigt har erfarenheterna från USA kunnat omsättas till lärdomar och vinster på andra marknader. ”Recliners”, hembioanläggningar och ismaskiner är amerikanska hemprodukter som spridit sig till Europa under de tjugo år som gått sedan IKEA öppnade i Philadelphia.

1990 öppnade IKEA ett varuhus nära New York (Elizabeth, New Jersey) och 1994 i Seattle. Därefter avstannade tillväxten som följd av de ovan omnämnda problemen med produktutbudets anpassning till den amerikanska marknaden. Först 1998 öppnades det första varuhuset i Mellanvästern, i den gamla svenskstaden Chicago. 2000 etablerades ytterligare två varuhus på västkusten, ett i San Francisco (East Bay) och ett i San Diego. 2007 har IKEA 31 varuhus och ska snart öppna i ytterligare fyra, men stora delar av USA:s inland är vita fält på IKEA:s karta.

## Svensk kultur

Från det att man visuellt lokaliserar den blå-gula byggnaden vid motorvägsmotet,<sup>20</sup> till det att man impulsköper en Marabou mjölkchoklad på väg ut till bilen med de inhandlade möblerna, frammanar IKEA-besöket bilder av Sverige. Knappast någonstans i byggnaden eller dess omgivning finns någon COE-neutral miljö. Att handla på IKEA är att bli förflyttad en liten bit närmare Sverige.

Detta gäller även restaurangen. Billig och uppskattad mat var ett tidigt IKEA-koncept för att hålla kunderna på gott humör, men i USA finns särskilt goda förutsättningar för en lycklig allians mellan varuförsäljning och utspisning. Om det finns fördomar mot andra kulturer när det kommer till politik och levnadssätt, tycks dessa i liten utsträckning gälla deras mat. Amerikaner har överlag ett stort intresse för mat, inte minst främmande matkulturer ("ethnic food"). Ofta finns även i mindre städer ett rikligt utbud av restauranger, med mat från olika delar av världen. Det rikliga utbudet till trots, är det emellertid ganska tunnsått med svenska restauranger, och såtillvida finns en nisch för IKEA:s "Meatballs with lingonberries".

Det har också länge varit betydligt vanligare i USA med mat och kafeservering i affärerna än i Europa. Det är nästan otänkbart att driva en bokhandel utan möjlighet för kunderna att sätta sig ner och bläddra i böckerna över en kopp kaffe och muffin. Men sammankopplingen möbler-mat var IKEA först med. Undersökningar visar att cirka trettio procent av kunderna väljer att äta på IKEA,<sup>21</sup> och om de så önskar kan de äta "svensk" mat som kåldolmar, knäckebröd och kaffe med kanelbulle. IKEA uppges stå för omkring tio procent av den svenska exporten av förädlad mat.<sup>22</sup>

"[F]ood that explains why Swedes don't have weight problems", enligt en skribent!<sup>23</sup> Men det finns också internationell mat i IKEA:s restauranger och caféer, samt rätter anpassade efter lokala preferenser: "For example, in Baltimore we offer crab cakes as the special", säger Bob Wotherspoon, "foodservice manager" för IKEA East.<sup>24</sup>

Köttbullarna, som importeras frysta från Sverige, tillhör dock topplistan.<sup>25</sup> Eftersom lingon förknippas starkt med Sverige finns också lingondricka att dricka till maten.<sup>26</sup>

Avsikten med restaurangen är att erbjuda "good value-for-money Swedish and local foods and beverages".<sup>27</sup> Kunderna ska bokstavligen få en smak av Sverige ("A Taste of Sweden"). "The atmosphere in the

dining area and the Swedish dishes strengthen the Swedishness of the IKEA product range and provide a reason to visit the IKEA store.”<sup>28</sup> För den som fått mersmak finns också frysta köttbullar och lingonsylt att köpa i IKEA Swede Shop, tillsammans med gravlax, pepparkakor, choklad och snapsar (där lagstiftningen så tillåter).

Inramningen med svenska flaggor, och utbudet i restaurangen är betydelsefulla komponenter i att förstärka kundernas upplevelse av att befinna sig på lagom främmande mark. Upplägget är inte främmande för amerikaner. Det finns många exempel på köpcentra som är tänkta att ge besökaren en upplevelse av att befinna sig i Italien, Mexiko, Frankrike etc., utan att för den skull behöva ge avkall på sitt behov av amerikanska bekvämligheter.

För IKEA är det viktigt att inte bara kringverket, inramningen, utan även produktsortimentet uppfattas som svenskt. Utbudet i varuhuset är i stor utsträckning centralt bestämt, med bland annat svenskhet som en aspekt:

The basic IKEA product range has a clear profile. This basic range should be perceived as typically Swedish. To safeguard the profile of the IKEA product range as well as its competitiveness, the range is decided centrally. All IKEA products are distinguished by Design and Quality, IKEA of Sweden.<sup>29</sup>

Nationella särdrag och identifikationsmarkörer bygger, som vi diskuterade i inledningen, oftast på stereotyper. Därmed inte sagt att det inte finns stora valmöjligheter för ett företag som IKEA att självt välja vilka aspekter av Sverige och svenskhet det vill renodla och lyfta fram. Visst förekommer dalahästar till försäljning, och visst har IKEA använt vikingar i marknadsföringen, men den berättelse om sig självt och sitt hemland som företaget vill förmedla handlar huvudsakligen om blond, modern design och demokratiska värden.

Inget annat svenskt företag vidhåller med sådan intensitet sin nationella identitet som IKEA. Internt beskriver sig IKEA för det mesta som etniskt homogent svenskt. I *Range presentation*, slås fast att: "The retailer stays competitive on the market by using range presentation to project a Swedish way of living". Texten är placerad på ett foto av en blond flicka i ett hem möblerat i vitt och naturträ.<sup>30</sup> Också i de tecknade bilderna i IKEA:s internmaterial är alla påtagligt blonda. I annonskampanjer kan däremot multietniska konsumentgrupper lyftas fram.

I *The IKEA Positioning Objectives*, ett obligatoriskt ramverk för IKEA-konceptet hos alla återförsäljare, definieras hur IKEA ska positioneras.

Ett uttalat mål är att alla som känner till IKEA också ska förstå och uppskatta konceptet. Här betonas starkt identifikationen mellan IKEA och Sverige:

The IKEA product range shall be recognized as having a width that satisfies the needs of the many people and it shall be distinguished as "typically IKEA". "Typically IKEA" means an "IKEA unique", co-ordinated range. "The typical IKEA" style is characterised by a light, functional, straightforward and easy-to-live-with design. It expresses form, is colourful and cheerful, and has a youthful accent that appeals to the young at heart of all ages. In Scandinavia, people shall perceive the range as typically IKEA. Elsewhere, they shall perceive it as typically Swedish.<sup>31</sup>

Kringarrangemang som exempelvis midsommarfirande är en viktig del av positioneringsarbetet:

The store always has something new to offer. There is a feeling of vitality and there is always an element of surprise. Swedish activities and traditions add to the fun of shopping and distinguish the IKEA store from competitors.<sup>32</sup>

Svenska traditioner och aktiviteter hjälper, enligt IKEA, till att göra besöken på varuhusen spännande,<sup>33</sup> och ge dem en lagom anstrykning av exotisk svenskhet. Även de möblerade rummen ska ha en svensk ton.

Taken as a whole, the task of the room settings is to show the full width of the IKEA home furnishing functions and express a distinctly Swedish touch.<sup>34</sup>

Som en extra krydda står svenska böcker i Billybokhyllorna när jag besöker IKEA Minneapolis 2005. Det är verkligen riktiga böcker, inte tomma skal. Den "svenska" cidern som säljs är emellertid producerad i Spanien.

Att svenskhet kan handla om något så simpelt som att positionera sig på en marknad, och att det kan vara frågan om COE snarare än COO blev IKEA tidigt varse. Strax efter etableringen i USA fick IKEA problem med att en konkurrerande kedja i Kalifornien startat 1987 med likartat koncept, från sortimentet och katalogerna till lekrummet för barnen. Den nya kedjan hette STØR Furnishings International Inc, ett namn som avsåg peka mot Skandinavien (COE). IKEA bestämde sig 1988 för att stämma företaget, en för IKEA ovanlig åtgärd. Så småningom nåddes en förlikning och när STØR fick ekonomiska problem köptes företaget av IKEA 1992. Härigenom fick man ytterligare fyra varuhus, ett i Houston, Texas, och tre i Los Angeles. Förutom ett i Los Angeles byggdes dessa om till IKEA-varuhus.<sup>35</sup>





Vid etableringen i USA sattes, som ovan nämnts, \$15 000 som gräns för vilka hushåll som katalogen skulle distribueras till. Det brukar framhållas att IKEA har en globalt definierad huvudsaklig målgrupp "composed of people who are young, highly educated, liberal in their cultural values, white-collar workers, and especially concerned with status symbols".<sup>36</sup> Genom urvalsmekanismer som katalogdistribution och varuslokalisering skiljer sig dock den amerikanska målgruppen betydligt från den skandinaviska. Målgrupp är i USA främst medelklassen. Företaget distanserar sig därmed från renodlade lågpriskedjor som Payless Furniture, K-Mart och Wal-Mart.

Dessutom vill IKEA uppfattas som ett ungdomligt företag: "IKEA shall be perceived as an innovative, young and vibrant company, focused on functionality and simplicity."<sup>37</sup> Detta innebär inte nödvändigtvis att man vänder sig till yngre konsumenter, utan att man har en image av ungdomlighet som tilltalar också äldre målgrupper. Eftersom företagets egna analyser pekar på att de traditionella målgrupperna av unga låg- och medelinkomsttagare kommer att minska i framtiden, satsas medvetet på att intressera nya segment av marknaden, utan att samtidigt upplösa IKEA:s image. Sortimentet av kontorsmöbler är en del av denna strategi. Vid etableringen i USA avstod man från den traditionella inkilningen som "crazy Swedes" till förmån för en mer sober image.<sup>38</sup>

Med undantag för Houston, som kom med övertaget av STØR, har IKEA främst satsat på kustregionerna. Att företaget inte försöker vinna de mer konservativa områdena av USA, "the American Heartland", möjliggör reklamstrategier som där skulle vara kontraproduktiva. Exempelvis vände sig IKEA i en uppmärksamrad tevereklam till gay-världen. I reklamfilmen ses Steve och hans manlige sambo på jakt efter ett nytt matbord, en stark amerikansk symbol för familjeliv. Reklamen fick stor publicitet i tidningar och teve, och gav IKEA sympatier i liberala kretsar.<sup>39</sup>

## Världens mest spridda bok

2006 trycktes omkring 174 miljoner kataloger, att jämföra med knappt 7 miljoner 1974.<sup>40</sup> Den tryckta katalogen är fortfarande IKEA:s viktigaste instrument för att nå och övertyga konsumenterna även om websidor och digital distribution snabbt tilltar. Websidorna räknade 275 miljo-

ner besökare 2006.<sup>41</sup> För 2008 finns en nedladdningsbar amerikansk katalog tillgänglig på nätet, vars distribution således inte begränsas av inkomstnivåer.

Katalogerna ser snarlika ut över hela världen, med endast smärre variationer av utseendet.<sup>42</sup> Höjd- och breddformat, typsnitt, fördelning mellan bilder och text, upplägg och struktur styrs centralt. Framsidan och baksidan till katalogen utformas visserligen lokalt, men med detaljerad styrning av logotypernas placering och hur layouten generellt ska se ut. Det ska på varje katalog finnas uppgift om vilket år katalogen gäller, samt dess pris (gäller alla IKEA:s trycksaker, även om de inte finns för försäljning, bland annat i syfte att öka kostnadsmedvetenheten hos de anställda). Omslaget ska också tydligt signalera vad den handlar om: "Use the cover to clearly communicate that the IKEA brand stands for a home furnishing company for the many people."<sup>43</sup> Den lokala anknytningen sker inom ramen för det standardiserade utseendet, till exempel genom välkomstord från lokala chefer.

Katalogen ska, enligt IKEA:s direktiv, fritt distribueras dörr-till-dörr till ett betydande antal hushåll i det primära marknadsområdet ("the Primary Market Area"). Det ska också utföras både kvalitativa och kvantitativa studier lokalt av bland annat receptionen av katalogen och hur kunder upplever varuhuset.<sup>44</sup>

Jag har för denna studie sett närmare på tre amerikanska kataloger: 1993, 2007 samt den nät distribuerade katalogen för USA 2008. Det finns en stor kontinuitet över både rum och tid. IKEA:s kataloger är inte enbart lika över hela världen, de har i stort sett likadana ut under den här undersökta perioden. Även nätupplagan liknar pappersupplagorna.

På både framsidan och baksidan av omslaget till katalogen 1993 används IKEA:s klassiska slogan "It's a big country. Someone's got to furnish it". Det svenska tillhörigheten markeras redan i titeln: *IKEA, Design & Quality – IKEA of Sweden*, och återkommer sedan frekvent genom hela katalogen. Ingen som läser katalogen kan missa att IKEA är ett svenskt företag, som är stolt över sitt svenska ursprung (COO) och vars produkter bygger på svenska traditioner. Sistnämnda ansluter sig till de stereotyper, som frekvent dykt upp i denna bok. IKEA:s produkter uttrycker, om vi ska tro katalogen...

- Närhet till och respekt för naturen..<sup>45</sup>
- En medelväg mellan modernitet och tradition. Produkterna "recall eras of gracious living when life was less hectic".<sup>46</sup>

- Anspråkslöshet: "the Swedish temperament – elegant yet unpretentious".<sup>47</sup>
- Hantverkskunnande: "relying on natural materials and traditional craftsmanship".<sup>48</sup>
- Vikingatida påbrå. Röllakan, förklarar katalogen, hängde på de svenska väggarna redan under vikingatiden.<sup>49</sup>
- Socialt ansvarstagande. IKEA:s mål är att "create a better everyday life for the majority of people".<sup>50</sup>

Samtidigt som katalogen tydligt understryker IKEA:s svenskhet, framstår denna främmande kultur (COE) inte som så exotisk att den blir otillgängligt eller hotande. Läsaren guidas försiktigt in i ett annorlunda sätt att handla och tänka inredning. Måtten är angivna i både centimeter och tum. Och produkterna är färgkoordinerade – ett måste i amerikansk heminredningsfilosofi. Mest udda är namnet på produkterna, som många gånger både är svåra att uttala och stava: Örgryte, Kommandör, Ålesund, med flera.

IKEA ifrågasattes inledningsvis för att de svenska produktnamnen behölls vid den internationella expansionen. Som stöd för minnet, på väg från utställningshallen till hämtlagret fungerar de antagligen mycket sämre för en amerikan än för en svensk, men å andra sidan besitter de kanske just de egenskaper som fick en amerikansk glassproducent att välja namnet Häagen-Dasz? IKEA må låta som ett internationellt globalt företag, men möbelserien Stockholm, påslakanet Tyra Stjärna och mikrovågsformen Dusör har en spännande touch av Skandinavien.

Inom ramen för en övergripande likhet, visar en jämförelse mellan katalogerna från 1993 och 2007, att betoningen av det svenska ursprunget minskat avsevärt samtidigt som formgivarna framhålls mer. 2007 finns inte en enda produkttext med hänvisningar till Sverige eller Skandinavien, förutom upplysningen att IKEA har en svensk matbutik. Katalogen saknar också berättelser om IKEA:s historia och ursprung.

Återkommande är istället bilder på formgivarna, som ibland även uttalar sig om sin design. Någon enstaka anknyter till skandinaviskt ursprung ("I used the Scandinavian bent-wood technique to mold the birch", Ehlén Johansson)<sup>51</sup> medan en annan talar om global design ("The ANDREA rug represent my search to find a common denominator between Asia and Africa. I discovered traditional patterns and used them in a novel way", Jon Eliason).<sup>52</sup> De flesta uttalar sig om sin design,

utan geografiska markörer. IKEA:s design har blivit mer platslös. Fler produkter har också fått "internationella" namn istället för "svenska" som stolarna Nandor, Jules och Jeff. IKEA:s svenskhet (COE) har i katalogen koncentrerats till "Design and Quality IKEA of Sweden" som med jämna mellanrum återkommer på helsidesbilder av utvalda produkter.

Inte heller i 2008 års katalog betonas det svenska ursprunget (COO och COE) lika starkt som 1993, även om Pernille Lopez, president för IKEA i Nordamerika, hälsar läsaren välkommen med ett "Hej" istället för fjolårets "Welcome".<sup>53</sup> Å andra sidan har texten på de återkommande helsidesbilderna ändrats till att betona de låga priserna ("We're Crazy About Low Prices" och "Our biggest idea is the smallest price") istället för IKEA:s ursprung i Sverige. Utvecklingen mot mindre betoning av det svenska ursprunget följer ett likartat mönster som tidigare studerats hos Volvo och Saab, och kan vara ett tecken på att IKEA nu på allvar etablerats i USA och därför inte behöver svenskheten som draghjälp. Någon minskad användning av tecken för företagets svenska ursprung i varuhusen har jag emellertid inte noterat.



Efter katalogen är de möblerade inredningarna – ibland i form av hela hem – ett av IKEA:s viktigaste försäljningsinstrument. Olika inredningar och hem riktar sig till olika målgrupper. Presentationsformen liknar Slöjdföreningens hemutställningar, och de möblerade rum som finns på exempelvis kulturhistoriska museer, men i kommersiella heminredningssammanhang är formen unik för IKEA. Enligt företaget ska rummen och bostäderna ge en "realistisk" bild av ett hem, med de nyttofunktioner som behövs. Kunden ska kunna relatera till möbleringen. Men till skillnad från ett riktigt hem får det inte finnas några återvändsgränder i IKEA Homes.<sup>54</sup> Det finns en huvudväg genom labyrinten av rum som – medelväg eller inte – avslutas vid kassorna.

## Jösses vad IKEA!

Vad står då IKEA för i USA? Jag har en personlig upplevelse från när vi flyttade till Kansas 2001. Huset vi hyrde var omöblerat och eftersom vi fann de möbler som fanns till försäljning och uthyrning både fula och onödigt dyra byggde vi bord och hyllor av betongsten och brädor som vi hittade. Detta kompletterades med några enkla campingstolar

från Wal-Mart och en futon-soffa från Payless Furniture. När jag första gången bjöd in mina amerikanska vänner och kollegor på Lucia-kaffe utbrast den förste som anlände:

– Oh, How very IKEA!

Jag blev förstas rätt förbluffad. Jag kunde först inte se likheterna mellan vårt amerikanska hem och vårt svenska som till skillnad från brädbygget i Kansas faktiskt till stora delar är inköpt på IKEA. Men min kollegas reaktion byggde inte på en jämförelse mellan våra campingstolar och IKEA:s utbud, utan på deras likhet med hans mentala bild av IKEA. Den betydelsebildning som skedde hos honom, ser troligen ut ungefär så här: vitt + ljust trä → påvert → enkelt → svenskt ↔ IKEA.

Hans reaktion är också anmärkningsvärd på ett annat plan. Det finns inget IKEA inom ett par dagars körväg från Lawrence, Kansas. Han kan förstas ha besökt IKEA under resor till andra städer, men hans bild av IKEA byggde antagligen framför allt på vad han hört och sett genom medier och reklam. Häpnadsväckande är att IKEA ändå dök upp spontant i hans medvetande när han träffade en svensk som fyndat byggnadsmaterial i containrar.

Hade någon i Sverige fått samma association av min inredning? Knappast. IKEA:s varumärkesbygge är oerhört framgångsrikt i både USA och Sverige, men associationerna det väcker där är inte desamma som här. Miriam Salzer, som studerat IKEA:s företagskultur, skriver att även om IKEA är ett "concept company" så skiljer sig den bild som allmänheten har av företaget i olika länder:

During my stays in Canada and France, I found that IKEA's products stand for different things in different contexts. Various market surveys carried out by IKEA, and talking with customers, revealed that while IKEA in Sweden, for instance, is often regarded as selling inexpensive but functional products, France IKEA represents something – trendy and very modern, and in Canada IKEA's product range is regarded by many as being too modern!<sup>55</sup>

Att bilderna skiljer sig åt är en verklighet som IKEA delar med många andra företag på den globala scenen. Den exklusivitet som omgärdar Coca-Cola eller McDonald's i många länder i den så kallade tredje världen skiljer sig exempelvis i grunden från hur de uppfattas av radikaler i muslimska länder eller av västeuropéer. Detta är oundvikligt, men målsättningen för globala företag som IKEA är ändå att bygga så koherenta berättelser som möjligt om sig själva, i syfte att skapa en tydlig, enhetlig och positivt laddad identitet.

I mångt och mycket överensstämmer IKEA:s strategier vad gäller branding och berättelseproduktioner, med vad som blivit gängse praktik hos globalt verkande företag. Företagets agerande ligger i linje med den strategiska designdiskurs som diskuterades i inledningen av del 1. Men det finns också drag i IKEA:s verksamhet som skiljer sig från andra globala aktörers. Ofta anses branding och utvecklandet av företags- och produktidentiteter vara ett sätt för företagen att göra sina produkter mindre känsliga för priskonkurrens på den globala marknaden. Detta tycks dock inte gälla för aktörer som IKEA och Wal-Mart, som istället har både en självbild och en marknadsförd bild av sig själva som återförsäljare som håller väsentligt lägre priser än konkurrenterna. Efter som häpnadsväckande låga priser är en central del av varumärkesbygget fortsätter de därför att vara känsliga för priskonkurrens. På IKEA finns detaljerade anvisningar för hur lokala och regionala grenar av verksamheten ska agera om andra företag försöker konkurrera genom lägre prissättning.

Det är tänkbart att om IKEA framgångsrikt lyckas marknadsföra sig självt som den möbel- och heminredningskedja som ger mest och bäst möbler för pengarna, minskar konsumenternas benägenhet att själva undersöka den faktiska situationen på marknaden. De utgår från att bilden av företaget som bäst och billigast överensstämmer med verkligheten. IKEA blir synonymt med prisvärd heminredning. På liknande sätt har andra varumärken undertryckt konsumenternas komparativa aktiviteter genom att starkt och varaktigt ha lyckats förbinda sina produkter med olika verksamheter. I de mest extrema fallen har produktnamnen omvandlats till att beteckna själva verksamheten (att googla, att mumma sig o.s.v.).

Andra delar av IKEA:s varumärkesbygge – som att sälja modern skandinavisk design och agera som en global världsförbättrare – kan på sikt och i synnerhet på vissa marknader tänkas uppväga kravet på att alltid hålla de lägsta priserna. I USA vänder sig IKEA till delvis andra befolkningssegment än i Europa och konnotationerna kring modern skandinavisk design har blivit väl så viktiga som låga priser. Det är därför det sannolikt förblir viktigt för IKEA att även fortsättningsvis associeras med sitt ursprung. Även om betoningen av svenskheten minskat något under senare tid, omnämns IKEA regelmässigt som ett svenskt företag, medan designen på produkterna betecknas som skandinavisk eller än vagare europeisk.

IKEA:s etablering och expansion i USA sammanföll med att man

kunde rida på ett pånyttfött intresse för skandinavisk design, som samtidigt förstärktes genom allt starkare närvaro på många inflytelserika platser i världen. Att IKEA har en trendigare och hippare image i USA än i Skandinavien framgår av de ovan citerade tidningsartiklarna, där inredare och designers shoppar nya trendiga prylar. IKEA:s möbler används också i statusfyllda miljöer, som caféet på Museum of Modern Art i San Francisco. Aaron Betsky, inflytelserik design- och arkitekturintendent vid museet 1995–2001, förklarar: "IKEA found this very convenient myth called Sweden. [---] They built their reputation on the notion that Sweden produces good, safe, well-built things for the masses. They have some of the most innovative designs at the lowest cost out here."<sup>56</sup>

IKEA:s status kan indirekt också beläggas genom det genomslag företaget har fått i amerikansk populärkultur. Zandra Ahl och Emma Olsson har noterat att Douglas Couplands karaktärer handlar på IKEA, liksom familjen Simpson, och den inledningsvis inredningsintresserade huvudpersonen i filmen *Fight Club* (David Fincher 1999) är besatt av att studera IKEA-katalogen.<sup>57</sup>

## Två genealogier i berättelsen om IKEA

Det finns två genealogier i IKEA:s varumärkesbygge. Den ena följer företaget tillbaks till Ingvar Kamprads mjölkvagn i Agunnaryd, den andra formgivningens rötter till Carl och Karin Larssons sekelskiftesidyll och den svenska folkhemsetetiken med vackrare vardagsvaror åt alla.<sup>58</sup> Båda genealogierna framhålls ihärdigt i såväl internt material som i reklam, kataloger, pressreleaser och annan PR.

Mjölkvagnsspåret leder förbi stationer som småländsk sparsamhet och företagarganda, self-made-man-myten och den lille mannens kamp mot de stora möbelgiganterna. Larssonsspåret å sin sida approprierar retorik och formspråk från den reservoar som genom åren upprättats och förvaltats av Svenska Slöjdföreningen (inklusive dess genealogi tillbaks till Ellen Key och Carl och Karin Larsson). Det gör uppehåll vid "vackrare vardagsvara", Swedish Modern, demokratisk design och funktionalitet.

Det som länge framstod som anekdoter spontant tillkomna i möten mellan Ingvar Kamprad och andra ikeaner, och journalister, tog under nittioalet alltmer fast form. Formaliseringen av berättelsen om IKEA fann sin näring både inom företaget och den globala affärskultur det verkar i. Kamprad och den närmsta kretsen kring honom insåg att det





nadsföringsteori alltmer behovet av att bygga starka och slagkraftiga företagsidentiteter och berättelser. Det som skett inom IKEA är alltså i sina huvuddrag en del av en allmän trend.

Berättelserna och bilderna om och omkring IKEA kan studeras i pressmeddelanden och trycksakerna företaget ger ut. Oftast är tilltalet i IKEA:s skrifter direkt, rakt och självsäkert. Det är ett enkelt och tydligt budskap, som i stort sett oförändrat har producerats sedan slutet av åttiotalet. I den fyrspråkiga (engelska, tyska, svenska, ryska) broschyren *IKEA Facts* finns ett uppslag med en text om IKEA:s hjärta. Texten ackompanjeras av fem bilder som belägger genealogin från det svenska bondesamhället till IKEA: En röd stuga med vita knutar, en Carl Larsson akvarell med Carl och Karin Larsson i sitt hem, ett modernt svenskt kök i vitt och blont trä, IKEA:s anläggning i Älmhult och slutligen ett svenskt fjällandskap. Texten knyter samman natur och kultur på ett välbekant sätt:

God funktion kombinerad med enkla naturmaterial, såsom björk, furu, bomull och lin, mycket ljus och luft och mjuka färgkombinationer, betraktas idag som typiskt svensk heminredning. Skolan bildades vid seklets början av bl a målaren Carl Larsson och formgivaren Carl Malmsten och utvecklas ständigt. Det är framför allt kombinationen av olika produkter, helheten, som skapar den svenska heminredningsprofilen.<sup>59</sup>

Larssonspåret tas även upp i den lite fylligare presentationsskriften *IKEA*, utgiven i flera utgåvor under 1990-talet i A5-format med blå-gult omslag. En reproduktion av Carl Larssons akvarell *Blomsterfönstret* från boken *Ett Hem* är försedd med bildtexten:

The warm, light colours, the simple, elegant furniture and the pleasant atmosphere are all preserved at the home of artists Karin and Carl Larsson in Sundborn in Dalecarlia. A source of inspiration for IKEA and many other interior designers.<sup>60</sup>

Längre ner på sidan förtydligas IKEA:s designfilosfi:

Today, as always, the main focus is on Scandinavian design. But we have stepped into the world outside and complemented our product range with the best of current international styles as demanded by the majority of people in Europe, the USA and worldwide. [---] We take up simple idioms rooted in functional modernism – a golden age for Swedish design. We also present simple, beautiful furniture based on designs from 18th century Sweden, Carl Larsson's Sundborn and Swedish rustic style.<sup>61</sup>

Texten i ovan nämnda broschyr pendlar mellan att tala om Skandinavien, Sverige och Småland, där den första geografiska bestämningen tenderar att användas främst om modernistisk formgivning, och den sista i samband med företagets traditioner och sparsamma filosofi; "With its roots in Scandinavian tradition IKEA creates furniture, textiles and household items for the majority of people".<sup>62</sup> Här binds Larsospåret samman med Mjölkvagnsspåret:

Our corporate culture is unique and has emerged along with our business idea. A culture which has its roots in the stony fields of the province of Småland in southern Sweden.<sup>63</sup>

På ett uppslag med en bild av en småländsk gårdsgård berättas IKEA:s historia:

Our heart stays in Småland. [---] IKEA has its roots in Småland historically one of Sweden's poorest regions, where the harsh countryside demands thrift, inventiveness and hard work. [---] And the response has been fantastic. But the way has sometimes been as stony and uneven as a field in Småland.<sup>64</sup>

Samma berättelse och samma symboler används i IKEA:s interna material.<sup>65</sup> Historien om hur den småländska folkkaraktären, i sin allra mest stereotypa form, genomsyrar verksamheten och företagets 90 000 anställda i 44 länder når nästan metafysiska dimensioner. Men genealogin till trots, IKEA är lika mycket, och lika lite, skandinaviskt som Swedish Modern. Och även om IKEA:s varuhus i utlandet känns osannolikt svenska också för en svensk besökare, uppstår denna betydelsebildning genom att IKEA utnyttjar stereotyper och "svenska" varumärken. Miriam Salzer berättar om hur också kontorslokalerna signalerar svenskhet:

Back stage, in the offices, I found walls decorated with Swedish tourist posters, conference rooms named Vetlanda and Malmö, and at some places I could even hear the Swedish language spoken.

So very Swedish, but still so very un-Swedish. How many Swedes abroad actually wave with Swedish flags, flaunting out their "Swedishness" and Swedish culture? The common Swedish approach is often to adapt, to assimilate, to avoid sticking out.

Since the 70's, IKEA has experienced a rapid internationalization under a "Swedish banner", teaching not only its customers in various countries to furnish their homes in a Scandinavian style, but also its employees to say "du", to fly tourist class, to eat meat-balls, and even to speak Swedish.<sup>66</sup>

IKEA har framgångsrikt byggt sin varumärkesidentitet kring värden som har med företagets svenska ursprung att göra, skriver Guy Julier.<sup>67</sup> De platta paketen blir till tecken för både låga priser och visad miljö-hänsyn genom förenklade transporter. Dessutom bidrar monteringen av möblerna till att de-alienera produkterna. Konsumenterna identifierar sig inte enbart med företagets berättelse om kostnadseffektivitet och miljöhänsyn, utan också med de möbler de själva packat upp och satt samman.

Men vad är det egentligen som i grunden är svenskt i själva konceptet? De platta paketen kan genealogiskt ledas tillbaka till amerikanskt 1800-tal med distributionen av monteringsfärdiga hus och produktionen av IKEA:s möbler hämtar sin inspiration ur taylorismen.<sup>68</sup> Idén med storvaruhus invid motorvägsmot, anpassade för bilburna kunder, känns inte den mer amerikansk än svensk? Och är inte även tonen i marknadsföringen – ”It’s a big country. Someone’s got to furnish it” – i grunden amerikansk? Likaså förefaller den myckna användningen av flaggor och nationella symboler i och kring varuhusen som tämligen osvensk; den svenska självbilden är, enligt Salzer, att vi inte vill skrika ut vårt nationella ursprung när vi befinner oss utomlands.

I USA smälter emellertid IKEA in, genom att sticka ut hakan och vifta med svenska flaggor. I ett amerikanskt köpcentrum skiljer IKEA inte ut sig genom sitt koncept, utan är ett i mängden av företag som använder etniska markörer i sitt varumärkesbygge, som restaurangkedjorna Olive Garden (italienskt) och Chipotle (mexikanskt).

## Mjölkspårsberoende

IKEA strävar alltså efter att uppfattas som svenskt, förknippat med vissa valda ”svenska” värden. Att denna målsättning är en del av överordnade mål (att möblera världen, att generera maximal profit med mera) kan vi i detta sammanhang lämna därhän. Berättelserna om IKEA:s svenskhet, som vi studerat ovan, har överlag visat sig vara både sammanhängande och framgångsrika. Ändå finns det – som i alla berättelser – sprickor och inkonsekvenser, som på sikt kan leda till problem.

Vi har tidigare – inspirerade av bland andra Per H. Hansen – sett att även slagkraftiga berättelser kan komma på kant med tiden, därför att berättelsens beståndsdelar (narrativ struktur, handling, karaktärer) inte svarar mot nya konsumtions- och receptionsmonster. Ett exempel är mötet mellan berättelsen om Swedish Modern som en social rörelse,

och receptionen av Scandinavian Design som ny konsumtionsstil, som studerades i del 1.

Denna studies målsättning är inte att peka ut möjliga framtidsscenarier för IKEA. Jag vill bara avslutningsvis fästa uppmärksamhet på ett par områden där berättelsen börjat gnissla. Det första är diskrepensen mellan självbilden av ett ungdomligt, dynamiskt, improvisatoriskt företag, och behovet av att centralt kodifiera IKEA:s identitet och koncept. Jag lämnar ordet till Ingvar Kamprad:

If someone had approached me during the late 1950s and demanded we should run our operations according to a number of manuals, I would have reacted quite bitterly.

Well into the 1960s, I was persistent in my thinking that our concept should be developed in total freedom by all available brain power. I was also quoted as saying that I wished we would never build two identical stores. The intention was, of course, that we should develop and improve every new store. I was also afraid of something that I saw in the USA at the beginning of the decade: an American furniture chain had built the exact same store and placed every product in the same place in every store. Everything was exactly the same from store to store. Absolutely no creativity; no ideas from the sales floor. Every detail was decided by top management.

It is easy now, with hindsight, to admit that I was wrong. [---]

Manuals began to take shape. The first of these established rules and regulations for our trademarks and symbols in order to protect them from illegal use. [---]

No one can guarantee IKEA an eternal life but we can at the highest degree guard ourselves against both external and internal threats.<sup>69</sup>

I den globala skala som IKEA verkar idag är ungdomlighet och spontanitet noggrant kalkylerade element i den strategiska designen. Det samma gäller bruket av Sverige och svenskhet.

IKEA har under det senaste decenniet anpassat sig till en rådande trend att betona formgivarna som ritat produkterna. Längre avstod IKEA från att i katalogerna och varuhusen namnge sina designers. Detta kan också uppfattas som en positionering gentemot de producenter och återförsäljare som vänt sig till exklusiva segment av marknaden, inte minst till storföretag, den offentliga sektorn och arkitektkontor. Att IKEA valde att börja framhålla sina designers hänger samman med globala förändringar. Man plockade upp ett mönster som varit vanligt i designdiskursen, nämligen att utpeka formgivarens person som mer betydelsefull än produktens utformning.<sup>70</sup> IKEA:s framhållande av de enskilda formgivarna tillsammans med konceptet ”typisk IKEA-stil” är naturligtvis djupt motsägelsefull.

Ett annat område där berättelsen begränsar IKEA:s framtida rörelseutrymme gäller kopplingen till sparsmakad skandinavisk design. IKEA har visserligen alltid visat sig vara följsamt mot förändringar i smak och trender, men ju hårdare företagsberättelsen knyts till en specifik skandinavisk formtradition, desto mer hämmar den vad som kan designas och marknadsföras.

Slutligen kan den ungdomliga inriktningen på sikt vara inskränkan- de. Som vi tidigare sett i samband med bilindustrin förväntas andelen köpstarka äldre, och kvinnor, öka i västvärlden. Även om alla vill kän- na sig unga kan företag som primärt riktat in sig på 18–40-åringar få problem.<sup>71</sup> Den ovan refererade historien om hur min kollega uppfatta- de våra containerfynd som ”IKEA-style”, dvs. att IKEA liknar de möbler han själv byggde under sin collegetid, är en indikation på IKEA:s image. Men vem vill alltid ha känslan av att bo i en studentlya?



## Drive-thru Sweden

Sedan 1980-talet har etnoarvsturismen ökat kraftigt i USA.<sup>1</sup> 1996 lär en fjärdedel av den vuxna befolkningen ha besökt en "historisk plats eller museum".<sup>2</sup> Städer och regioner över hela landet tar fasta på och utvecklar sina historiska, etniska särdrag, och använder dem för att locka till sig både turister och fler invånare (som exurbia). Samtidigt skapar denna etnifiering av platsen en starkare lokal identitet som påverkar invånarnas självbild och självförtroende. Detta är påtagligt hos svensk-amerikanerna som allmänt uppfattas som en diskret immigrantgrupp, utan lika tydliga kulturella uttryck som exempelvis italienare och irländare, men som i "svenskstäder" som Lindsborg, Kansas och Lindstrom, Minnesota, visar fram sin kultur.

Etnifieringen av en ort kan vara en mer eller mindre medveten strategi. Platser som ger starka etniska associationer (COE) spänner från urbana China Towns i bland annat New York, San Francisco och Los Angeles, till mindre städer på landsbygden, som tysk-amerikanska Manning i Iowa och holländsk-amerikanska Solvang i Kalifornien. Många av dessa miljöer avspeglar tidiga immigrationsmönster, där ny-anlända sökte sig till områden med landsmän, eller där stora immigrationsgrupper från samma land kom att hamna nära varandra på grund av profession eller tillgänglig nyöppnad mark. Tendensen till att använda etniska särdrag för att gynna turismen är av långt senare datum. Det var i de större städerna som de tidigaste initiativen togs till att medvetet utveckla stadsdelar av etnisk karaktär, med French Quarter i New Orleans som ett tidigt exempel på sextiotalet. Men det stora tillskottet under senare decennier har skett på mindre orter, som tyska Frankenthum i Michigan, holländska Pella i Iowa, schweiziska New Glarus i Wisconsin och danska Kimballton i Iowa. Lac du Flambeau i Wisconsin är en av få etnoarvsstäder med indianskt tema (Chippewa-stammen).

*Sverigebild i tiden.  
Moraklocka i Mora,  
Minnesota. Foto:  
Lena From, 2006.*

Det finns även städer som uppmärksammar en religiös identitet, som Nappanee, Indiana (Amish). Ofta har etnifieringen av dessa samhällen skett i ett försök att motverka avfolkning och vikande ekonomi. I de mest extrema fallen, som Riverside, Georgia, har helt nya "gamla" städer byggts upp, och försetts med en historia.<sup>3</sup>

Det har skrivits mycket om dessa etnoarvsstäder, inte minst inom kulturgeografi och etnologi. Enbart om Lindsborg finns fem doktorsavhandlingar som på olika sätt diskuterar användningen av dess svensk-amerikanska arv, en svensk och fyra amerikanska.<sup>4</sup> Därtill kommer en lång rad böcker av varierande vetenskaplig grad, liksom förstås tidnings- och tidskriftsartiklar av mångahanda slag. Den vetenskapliga produktionen om Lindsborg, och andra liknande städer, har under de senaste tjugo åren varit djupt färgad av postmoderna idéer om identitet, historia och etnicitet som social konstruktion. Svenskheten i Lindsborg har i dem uppfattats som något konstruerat, och författarna har gärna pekat på den falska stockvirkesklädseln på baren "Ölstuga", produktionen av "dalahästar" doppade i det amerikanska vägverkets varningsfärg, och de "osvenska" dragen i stadens högtider. Förvandlingen av Lindsborg, och flera andra landsortstäder, har inte sällan utpekats som "disneyfiering". "Oäkta" och "disneyfiering" är i dessa sammanhang nästan alltid negativt laddade ord, trots postmodernismens tro på att allt är konstruktion (även det som upplevs som äkta).

Jag delar inte denna syn på verksamheten i etnoarvsstäderna, även om det onekligen finns sociala, ekonomiska och arkivariska problem förknippade med dem. Detta är dock inte rätt plats att argumentera om äkthet. Istället har jag för avsikt att studera hur "svenskstädernas" visuella gestaltning, så som den framstår vid besök, skapar föreställningar om Sverige och svenskhet. Även om många studier av detta slags städer noterar visuella uttryck ställs de sällan eller aldrig i fokus för undersökningen. Inte heller uppmärksammas dessa miljöers potential som upphov och förstärkning av uppfattningar om andra nationer och nationaliteter.

Det finns en hel del städer i USA som använder sitt svenska och/eller skandinaviska arv för både marknadsföring och identitetsskapande. I Minnesota finns bland andra Mora, känt för sitt Vasalopp, Kensington med sin runsten, och Lindstrom med en svensk kaffepanna som vattentorn. Minot i North Dakota har en skandinavisk park med bland annat en gigantisk dalahäst, och Stanton, Iowa konkurrerar med Lindström genom att ha såväl en gigantisk kaffepanna som en matchande



kaffekopp. Det finns ytterligare tiotals städer som aktivt marknadsför sig som svensk-amerikanska, de flesta i Mellanvästern. Men vilka Sverigebilder är det som besökarna möter i dem? Binds upplevelserna av denna inhemska kulturturism samman med det avlägset belägna Sverige? Och hur relaterar det till andra samtida Sverigebilder (som exempelvis Volvo, IKEA och Absolut Vodka)?



Upplevelsen av att besöka en "Swedish-American town" börjar ofta vid infarten, där skyltar hälsar besökaren välkommen på både svenska och engelska. Stadens bebyggelse har ofta förändrats för att visa det svenska inflytandet, genom stockvirkesklädsel, eller rödfärg och vita knutar. Sannolikt finns det ett "heritage museum" med immigranthistoria, liksom restauranger som serverar "svensk" mat – ofta liktydigt med köttbullar och pannkakor med lingonsylt. Chansen är också stor att hitta butiker som säljer hemslöjd, inte minst dalahästar, och andra svenska produkter. Antikhandlare hör till vanligheterna i alla etnoarvsstäder, liksom övernattningsmöjligheter som spinner vidare på etnoupplevelsen (Viking Motel eller Bed & Breakfast med svensk frukost).

Etnoarvsstäderna i USA är påfallande snarlika varandra. Variationerna handlar om symboler mer än generella strukturer. De tyska städerna säljer wurst istället för pepparkakor. Utanför de holländska står en väderkvarn, de norska har gärna en stavkyrka. Samtliga etnoarvsstäder har också en eller flera återkommande manifestationer som hyllar deras etniska arv: det kan vara en Oktoberfest, "St Patrick's Parade", eller Midsommarmfest. Att det finns hundratals likartade städer blir uppenbart bara för den som reser runt mycket, för nöje eller forskning. Likheterna städerna emellan motsäger emellertid inte att såväl invånarna som besökarna ofta starkt upplever den egna stadens unika arv.<sup>5</sup>

Etnoarvsstäderna är också snarlika andra så kallade temastäder som i USA försöker attrahera turism genom sin historia. Mira Engler urskiljer fyra huvudsakliga grupper av temastäder: "ethnic heritage", "frontier/pioneer", "good-old-town" samt "country charm".<sup>6</sup> Det finns förstås inget som hindrar att kategorierna kombineras. Etnohistoria, nybyggarmyter, småstadscharm och landsbygdscharm är deras respektive koncept, som ofta ger rätt likartade uttryck. I alla fall framträder bilder av ett enklare, homogenerare förr mot ett komplext nu.

Det har påtalats att invånare med en annan etnisk bakgrund än sta-

dens officiella kan känna sig undanträngda, men det tycks inte vara ett omfattande problem. De flesta amerikaner har en sammansatt etnisk bakgrund och inträdeströskeln är låg för vem som har exempelvis skandinavisk tillhörighet.<sup>7</sup> Detta gäller också besökarna. Många av de mest framgångsrika etniska högtiderna firas idag av stora delar av den amerikanska befolkningen (St Patricks Day, 5 Mayo, etc.). Lika etniskt diversifierat som utbudet av etnoarvsstäder är i USA, är också besökarnas etniska bakgrund. Många kan i en situation beskriva sig som "Swedish-American", för att i nästa ögonblick tala om sitt italienska, tyska eller grekiska arv. Att besöka etnoarvsstäder blir för dem att bejaka olika sidor av sin familjs historia, eller nationens sammansatta historia. Gemensamt för alla är dock betoningen av *historia*. Det är inte samtidens Sverige som eftersöks. I synnerhet är det 1800-talet och det tidiga 1900-talet som rekonstrueras.

Betoningen av 1800-talet har flera orsaker. Dels var det då som mycket av det vi uppfattar som typiskt svenskt (eller danskt, eller tyskt...) konstruerades och etablerades genom nationella symboler. Dels skedde under andra hälften av 1800-talet en stor immigration från Europa till USA. Europa är den del av världen som den överväldigande delen av etnoarvsstäderna iscensätter. Alla slags temastäder tycks ha gemensamt att det är en tid före massbilismen som idylliseras. Innan det sammanbindande vägnätet förlades utanför stadskärnorna.

Många av etnoarvsstäderna har importerat byggnader från andra länder, i syfte att förstärka sin etniska identitet. Norska stabbur, holländska väderkvarnar och tyska huslador tillhör byggnadstyper man kan studera i USA. Men mig veterligen har inga svenska byggnader flyttats till USA (med undantag från utställningspaviljongerna från Philadelphia 1876, numera i New York, och St Louis 1904, numera i Lindsborg). Inte heller finns det några kopior av svenska byggnader, i kontrast till exempelvis ett antal norska stavkyrkor. Svensk byggnadskonst framstår uppenbarligen inte som lika distinkt egenartad som den norska, holländska eller tyska. Detta kan kanske också förklara att Sverige inte hör till de nationer som tillägnats temabyar i Disneys Epcot, Florida, där såväl Norge som Tyskland finns med.<sup>8</sup>

Även om det är stor skillnad på att besöka "norska" Decorah, Iowa och den norska byn i Disneyland, Florida, så påverkar de ömsesidigt upplevelsen av varandra. Just "temabyar" på världsutställningar, och i Disneyland, brukar anföras som en historisk källa till etnoarvsstäderna. Det finns runt om i USA också flera exempel på miljöer uppbyggda

för att ge en upplevelse av att befinna sig i en attraktiv, utländsk stad; flera casinon i Las Vegas har främmande miljöer som tema (Venedig, Paris etc.). Det finns också bostadsområden och köpcentra uppbyggda med inspiration från italienska småstäder (exempelvis San Gimignano med sina många torn). Men det finns mig veterligen inget exempel på en konstruerad svensk miljö.

En annan källa till etnoarvsstäderna är utomhusmuseer med historiska byggnader, med Skansen i Stockholm (1891) som det tidigaste exemplet. I en mycket större skala restaurerades eller skapades i USA genom insatser från ytterst förmögna amerikaner hela städer under tjugo- och trettiotalen: Williamsburg (John D. Rockefeller Jr), Greenfield Village (Henry Ford), Winterthur (Henry Francis DuPont) och Old Sturbridge (familjen Wells). Också många av de mindre etnoarvsstäderna i USA har omlokaliserade byggnader, ibland samlade till utomhusmuseer (Decorah har exempelvis en imponerande samling norsk immigrantarkitektur).

Den historiska inriktningen medför att det visuella utbudet av etnoarvet i "svenskstäderna" domineras av bonader, Carl Larssonreproduktioner, dalahästar, folkdräkter, folkkonst, glas, kaffe och kakor, knäckebröd, kringlor, lingonsylt, luciatåg, lutfisk, Marabou choklad, midsommarstänger, ost, plättlaggar, pannkakor och sill. Moderna svenska produkter som mobiltelefoner eller modern design är däremot ovanliga. Men även om utbudet är tillbakablickande finns det inget antikvariskt över själva förhållningssättet. Det svenska arvet kombineras på ett kreativt sätt med den amerikanska samtiden; luciatåget i Lindsborg kommer farande i bil och det bjuds på "svensk tårta" med banan och ananas. Det är inte heller främst minnet av det Sverige som förfäderna lämnade som man vill hålla vid liv, utan den svensk-amerikanska identitet som skapades i det nya landet.

Samtidigt finns det en spänning mellan dem som betonar autenticitet och dem som förordar mer egensinnig kreativitet. Steven Schnell har genomfört intervjuer i Lindsborg där många av invånarna ger uttryck för uppfattningen att det var roligare innan kraven på äkthet tog över; när invånarna skapade sina egna "folkdräkter" utan att följa mönster från Sverige.<sup>9</sup> Autenticitetskraven ökade när kulturutbudet med Sverige blev tätare på sjuttioalet och invånarna kunde jämföra sina svensk-amerikanska seder med hur etnoarvet visas i Sverige (på Skansen, folkmusikfestivaler etc.). Det som under lång tid varit tecken för svenskhet i Lindsborg (COE) blev när kraven på autenticitet tog över

istället tecken för något "oäkta" amerikanskt, när det lika gärna kan betraktas som äkta svenskt-amerikanskt. (Hur äkta det uppvisade etnoarvet är i Sverige kan givetvis också ifrågasättas.) Vid denna tid ökade också på flera håll medvetenheten om, och intresset för, bevarandefrågor av historiska miljöer, som ytterligare bidrog till kraven på äkthet.

Denna utveckling mot större "autenticitet" skedde vid en tid när Lindsborg medvetet satsade på att använda sitt svenska arv för att dra uppmärksamhet till sig, i samband med att den nya dragningen av Interstate 135 placerade staden vid sidan av allfarvägen mellan Salina och Wichita. Men samtidigt som den svensk-amerikanska "Hyllningsfest" under senare år kompletterats med mer "autentiska" svenska högtider som midsommar och Lucia, fortsätter stadens invånare att utveckla egna traditioner. Till dessa hör jakten på den vilda dalahästen ("Search for the Wild Dala"), som innebär invigningar av fantasifullt utsmyckade dalahästar av glasfiber (förebild är Chicagos koparad), där hyllningen till den oätbara luftfischen är ett återkommande och uppskattat inslag.

Många av de svenska högtider och seder som i strävan efter autenticitet introducerades under sextio- och sjuttiotalen har aldrig tidigare praktiserats på plats, eftersom de etablerades på nationell nivå i Sverige först efter att Lindsborg grundades av immigranter från Sunnemo, Värmland 1869. Det är också noterbart att specifikt värmländska traditioner inte intar någon framträdande plats i staden. Även om det svensk-amerikanska arvet haft större kontinuitet i Lindsborg än på många andra håll, saknar de flesta av dagens traditioner kontinuitet tillbaks till 1870-talet. De som var mest aktiva i att (åter)upprätta stadens svenska arv, tillhörde tredje och fjärde generationens immigranter och traditionerna i Sverige var för dem en viktigare inspirationskälla än dem i Lindsborg.

Idag har majoriteten av alla hushåll i Lindsborg dalahästar med familjens namn på dörren. Dessa tillhör också stadens största exportsuccéer. Röda hus med vita knutar har blivit alltmer vanliga, liksom falsk stockvirkesbeklänad. Schnell påpekar att dessa uttryck för svenskhet knappast kan betecknas som mindre autentiska än andra downtowns blandningar av nygrekiskt, "Italianate", och "Queen Anne". De ligger bara närmare oss i tid än 1800-talets stilar.<sup>10</sup>

Tecknen för svenskhet i Lindsborg och andra svensk-amerikanska samhällen är antagligen inte mindre effektiva i skapandet av föreställningar om Sverige än kulturinsatser från den svenska ambassaden eller annonskampanjer från IKEA. "Then you have to go to Lindsborg", var

den vanligaste kommentaren jag fick som svensk i Kansas. Etnoarvs-orterna intar idag en framträdande plats i amerikanskt medvetande, och man förväntas åka till dem för att bejaka sitt etniska ursprung (eller för att roas av andra etniska särdrag).

Shopping är förstås en viktig del av den ekonomiska verksamheten i etnoarvstäderna, liksom av deras visuella uttryck. Det som finns i skyltfönstren och på hyllorna i städer som Lindsborg, Lindstrom och Mora ger en bild av Sverige och svensk identitet. Förutom dalahästar och hemslöjd, som är ett dominant inslag, hittar man en mängd andra "svenska" produkter. En del av dessa är producerade i Sverige, om än av företag som inte längre är svenska (glas, choklad, kaffe, sill etc.). Men mycket är tillverkat i USA (liksom i andra länder). Förutom de lindsborgska dalahästarna finns otaliga produkter inspirerade av svensk folkkonst, men även en hel del matprodukter. Till skillnad från exempelvis italiensk-amerikanska Ghiradelli choklad har det aldrig etablerats några starka svensk-amerikanska varumärken. Däremot är vissa produkttyper som sill och köttbullar starkt associerade med Sverige, trots att de förekommer i många länder.

I affärerna hänger det ofta både gamla och nya bilder av det svenska kungahuset. Jag har aldrig sett något motsvarande fotografi av den svenska statsministern eller några andra framstående svenskar. Politik är aldrig något som framhålls, trots Sveriges starka identitet som medelväg och socialt ansvarstagande. Den svenske konstnär som är i särklass mest synliggjord är Carl Larsson, i form av affischer, vykort, böcker med mera. Bland videofilmerna och dvd:erna återfinns turistfilmer om Sverige, men knappast Lukas Moodysson eller ens Ingmar Bergman. I cd-stället hittar man svensk folkmusik och Benny Andersson, men inte pop eller hip-hop. Till mer samtida produkter hör svenskt konstglas formgivet av bland andra Ulrica Hydman-Vallien. Det är alltså inte enbart produkter som pekar mot 1800-talets bondesamhälle som säljs, men det är huvudsakligen varor som låter inskriva sig i en bild av Sverige präglad av tradition, kontinuitet, homogenitet och hantverkskunnande.

Att etnoarvstäderna tar fasta på positiva Sverigebilder är inte märkligt. Men det är värt att notera att det inte är alla positiva värden som utnyttjas. Hit hör exempelvis den sedan trettioalet spridda uppfattningen om Sverige som en välfärdsstat. Inte heller Sveriges rykte som producent av högteknologi eller läkemedel avspeglas i utbudet. Eller Sveriges framgång som exportör av popmusik och musikalerna.

Den konservativa och rojalistiska bilden av Sverige kan uppfattas som ett uttryck för att många av de svensk-amerikanska etnoarvsstäderna är socialt, religiöst och politiskt konservativa. De är mestadels små städer i lantliga omgivningar, med en stark närvaro av religiösa organisationer. Generellt sett är etnoarvsturismen i USA ofta en rörelse från urbana centra (amerikansk modernitet) till mer lantliga miljöer (immigranternas traditionalitet). Den sker nästan alltid i bil och resan till Lindsborg eller andra svenskstäder blir på så sätt en resa tillbaks till ett ursprung med ett modernt transportmedel. Man avviker från de stora motorvägarna med upplevelsen av att ta sig till något som utvecklingen lämnat vid sidan, trots att just de moderna transporterna är en förutsättning för etnoarvsturismen. Turisternas förväntningar upprättar förstas begränsningar för etnoarvsstädernas möjligheter till förnyelse, men det finns inte heller några ambitioner att röra sig utanför dessa förväntningar.

En dominerande förväntan är att få uppleva svenska saker. Såväl amerikaner som svenskar brukar kalla Lindsborg mer svenskt än Sverige. En av Steven Schnells informanter förtydligar:

After living here [in Lindsborg] for so long, I can't see so much that's Swedish about it. But apparently strangers do. Even people from Sweden say that it's more Swedish than Sweden. Because Sweden today is so modernized that it's nothing like this anymore... I went to Sweden for a month after I retired in 1987. We didn't see any Swedish dancers the whole month. But we did go to this great big festival, and what kind of dancing did they have? Country square dancing!<sup>11</sup>

Att svenskhet främst är av immateriell karaktär illustreras i skrivande stund av att en investerare på besök i Lindsborg i februari 2007 beslutade sig för vilja satsa på museet Old Mill istället för den McDonalds-restaurang han rest dit för att köpa. Men han vill inte behålla artefakterna eller dokumenten. Istället ska det bli ett upplevelsemuseum med studenter från Bethany College utklädda till svenska immigranter på 1800-talet.<sup>12</sup>

Studenter utklädda till svenskar. Den visuella miljön i etnoarvsstäderna, liksom i kulturarvsstäder i stort, kan uppfattas som teatral. Hos negativa kommentatorer uttrycks detta, som vi sett, genom ordval som "disneyfiering" eller "bristande autenticitet". Med teatral avser jag att teckenkaraktären träder i förgrunden. Vi blir som betraktare medvetna om att det inte är "på riktigt"; att det vi möter står som re-

presentant för en större helhet (metonymi/synekdoke). Dalahästen i Minot, North Dakota, blir en ställföreträdande symbol för en svensk ikon. Pannkakorna med lingonsylt pekar mot sina kusiner i Sverige. Europeiska kommentatorer förväxlar ofta amerikaners uppskattning av teatrala verkningsmedel som barnslighet eller bristande insikter om "verkligheten". Men det kan likväl uppfattas som en beredvillighet att låta sig transporteras till en annan tid och plats. I en värld där många upplevelser är medierade, föregås av medierade upplevelser eller åtföljs av mediering (upplevelsen dokumenteras med ett foto) är det knappast givet att upplevelsen av "svenskhet" i Lindsborg skulle vara mindre stark eller speciell än den man får vid ett besök i Stockholm.





## Det svenska samtidskonstundret

2002 visades utställningen *Utopia and Reality* på Bard Center i New York. Svensk modernistisk bildkonst visades tillsammans med modern svensk design från perioden 1900–60. Jag hade bidragit med en essä till katalogen och for upp till New York, från Kansas där jag då bodde, nyfiken som jag var på bemötandet. Det var slående att såväl publiken som kritikerna helt fokuserade på designen. Måleriet och fotografiet fungerade på sin höjd som en bakgrund att beundra det svenska glaset mot.

Vid denna tid kunde man ofta höra två påståenden i den svenska konstvärlden. Det ena var att svensk bildkonst aldrig tidigare varit framgångsrik i USA, det andra att den svenska samtidskonsten äntligen brutit sig ut ur sin självvalda provinsialitet och blivit internationellt erkänd. Visserligen är det första påståendet inte historiskt korrekt, och det andra återstår att belägga, men i anslutning till det i inledningskapitlet anförda Thomas teorem har de antagligen redan blivit sanna till sina konsekvenser.

Mot den oerhört framgångsrika period som svensk bildkonst upplevde från 1880-talet fram till första världskrigets utbrott, ter sig senare tiders amerikanska intresse rätt blekt. Man kan utan tvekan beteckna den svenska bildkonstens närvaro på den amerikanska konstscenen som marginell. Men det behöver inte betyda att dess karaktär är provinsial eller att svenska konstnärer inte försökt framträda i USA. En lång rad svenska konstnärer har verkat och/eller ställt ut i USA under efterkrigstiden. Under perioden 1950–80 handlar det om minst ett sextiotal, och på nittioalet om ytterligare ett drygt tjugotal.<sup>1</sup> Det är idel namnkunniga konstnärer med en etablerad plats i svensk konsthistoria: Olle Baertling, Ola Billgren, Öyvind Fahlström, Jan Häfström, Sivert Lindblom, Lenke Rothman, Ulrik Samuelson, Barbro Östlihn-

*Konceptkonstnären och kuratorn. Yoko Ono och Daniel Birnbaum, 2005. © Thomas Lohnes, Scanpix.*

Fahlström, Barbro Bäckström, Philip von Schantz, Annika von Hausswolff, Matts Leiderstam, Maria Miesenberger och Ann-Sofi Sidén är en handfull exempel från denna långa lista. Några av dem har till och med ställt ut vid återkommande tillfällen, men ingen kan sägas ha inmutat en mer permanent plats i den amerikanska konstvärldens minne.

Den som kommer närmast är antagligen Öyvind Fahlström (1928–76) vars position dessutom tycks ha förstärkts något under senare år. Det finns flera skäl till det. Ett är att den internationellt välkände amerikanske konstnären Mike Kelly på 1990-talet nämnde svensken som en personlig förebild, något som föranledde Mårten Castenfors att benämna Fahlström som ”vår första internationella konstnär” i sin historik över svensk konst efter 1960.<sup>2</sup> Castenfors beteckning uttrycker både hemmapublikens höga värdering av insatser på bortaplan, och att ”internationell” under efterkrigstiden blivit i det närmaste liktydig med ”verksam i USA”.

Men det finns, som Pontus Hultén påpekat, andra goda skäl att kalla Fahlström ”internationell konstnär”.<sup>3</sup> Han kom från en mångkulturell bakgrund, född i Brasilien med svensk-norska föräldrar. Fahlström kunde läsa åtminstone fem språk och bodde utanför Sverige under större delen av sitt liv – förutom New York och Brasilien, även i Paris och Italien. Men han var internationell framförallt genom sin konst och sitt sätt att tänka. Världen var global för honom, eller internationell för att använda hans egen tids språkbruk. Internationalismen hos Fahlström skilde honom från de amerikanska konstnärerna; han kunde aldrig ignorera de moraliska och politiska aspekterna, skriver Hultén. Det var en attityd som på den tiden kallades ”europeisk” i New York.<sup>4</sup>

1961 flyttade Fahlström till New York, där han snabbt lärde känna de inre, unga kretsarna av den New Yorkska konstvärlden, med namn som Robert Rauschenberg, Jasper Johns, Jim Dine, James Rosenquist, Roy Lichtenstein, Andy Warhol och George Segal. I New York kom Fahlström att bli en förmedlande länk mellan den unga amerikanska konsten och Sverige, genom personliga kontakter och som skribent i *Dagens Nyheter*.

En annan betydelsefull svensk i New York var vid denna tid Billy Klüver (1927–2004), också han en kosmopolit, född i Monaco, upp vuxen i Sverige och från 1954 bosatt i USA. Klüver var ingenjören som med stor hängivenhet gick in för att hjälpa konstnärer att förverkliga sina visioner. Med E.A.T. (Experiments in Art and Technology) blev han en betydelsefull aktör på konstscenen, alltifrån med att assistera Jean

Tingeley att bygga den självförstörande *Hommage a New York* (1960) över det legendariska scenprojektet *Nine Evenings: Theatre and Engineering* (1966) till E.A.T:s paviljong vid Expo '70 i Osaka.<sup>5</sup>

Klüver kom tillsammans med sin tidigare studiekamrat Hultén på Moderna Museet att bilda en axel mellan New York och Stockholm, som fick avgörande betydelse för det svenska konstlivet under sextio- och början av sjuttioalet. För den unga amerikanska konstvärlden framstod Stockholm som en betydelsefull nod, med ett museum som tog aktivt intresse i vad den gjorde. Många svenska konstnärer reste också för kortare eller längre perioder till New York, samt andra delar av USA. En bit in på sextioalet hade New York tveklöst ersatt Paris som konstvärldens centrum.

Varken Fahlström eller Klüver uppfattades som specifikt svenska. Fahlström var en bland många andra invandrade konstnärer i New York och Klüver uppfattades framförallt som tekniker och fixare. I tidningsklippen hittar man då och då bestämningen "Swedish", men det nämns i förbigående och utan nationalitetsbestämningen nämnvärt bidrar till värderingen eller tolkningen av deras verksamhet. Deras nationaliteter uppfattades som något obestämbara, även om det ibland noteras att de talade med svensk accent.<sup>6</sup> Kontrasten är som synes stor till receptionen av svensk konst 1880–1920 när just "svenskhet" var en betydelsefull faktor i tolkningen och bedömningen av verken.

Vi har vid ett flertal tillfällen uppmärksammat hur svenska framgångar i USA överdrivs på hemmaplan. Avståndet över Atlanten kan ibland fungera som ett förstoringsglas. Det gäller inte minst Fahlström. Vid tiden för hans död, 1976, hade världen, med undantag från några få av hans kollegor, ännu inte upptäckt att han var en av de stora konstnärerna från sin tid, enligt Pontus Hultén.<sup>7</sup> Från svenskt håll har man därför försökt övertyga omvärlden att han förtjänar ett internationellt erkännande som i någon mån motsvarar den svenska uppfattningen om hans betydelse. Den separatutställning på Guggenheim i New York 1982, delfinansierad av Nunsku, som diskuteras i kapitlet "Halvvägs längs medelvägen" i del 1 av denna studie, var tänkt att råda bot på detta.

Även i USA har det påpekats att Fahlström förtjänar en (större) plats i historieskrivningen: "In any history of the art of the 1960's and early 70's, Oyvind Fahlstrom will deserve a place for the vivacity with which he harassed the status quo", skriver John Russell 1987 i *New York Times*.<sup>8</sup> I samma tidning påpekade Roberta Smith 1993 att Fahlström ockuperar en ofta förbisedd nisch i Pop-konstens historia.<sup>9</sup> Och Grace Glueck kon-

staterade 2001 att Fahlström förmår tala till en ny publik 25 år efter sin död.<sup>10</sup> Men dessa påpekanden till trots förblir Fahlström en outsider.

## Svenskar i den globala konstbyn

I research-arbetet för detta kapitel har jag läst ett hundratal recensioner i amerikanska tidningar och tidskrifter som behandlar svenska konstnärer.<sup>11</sup> Mönstret är entydigt: deras svenska härkomst är av underordnad betydelse om den inte helt förbigås. Det kan tyckas självklart för den som ser konst som ett globalt eller transnationellt fenomen, men står i kontrast till många andra fält som diskuterats i denna studie, exempelvis bilar och design (som ju inte är mindre globala eller transnationella).

Det hävdas att konstvärldens topografi förändrats drastiskt under de senaste 30 åren. New York är fortfarande konstvärldens geografiska centrum, men semistabila centra i form av mässor (Basel, Frieze, Miami m.fl.) och utställningar (Documenta, olika biennaler, etc.) spelar en allt större roll, tillsammans med nomadiska curators. Trots dessa förändringar är New York fortfarande den plats som utövar starkast dragningskraft på gallerister och konstnärer.

Liksom tidigare Paris består konstvärlden i New York av en lång rad olika nationaliteter, och det finns inga skäl att tro att dessa inte umgås i etniska grupper. Men varken presentationen eller receptionen av konsten har i New York under senare decennier i allmänhet skett under etniska förtecken, med möjligt undantag för svarta konstnärer från Harlem. I början av åttiotalet, samtidigt som kulturskribenter åter aktualiserade Marshall McLuhans begrepp "den globala byn", skedde en förändring i konstvärldens värdering av nationalitet som klassificerings- och tolkningsgrund. I globaliseringens tidevarv sades nationalitet ha spelat ut sin roll. Konstvärldens tillväxt i såväl numerär som geografisk mening har lett till ett ökat avstånd mellan den avantgardistiska samtidskonsten, som visas och diskuteras i den globala konstvärldens centra (geografiska likväl som sociala), och olika slags lokal konst. Samtidskonsten rör sig på ett fält där nationsgränser spelar liten roll och ursprung på sin höjd används som exotisk kulturmarkör i syfte att höja attraktionsvärdet.

Men relationen mellan konstvärldens globalisering och användningen av nationalitetsbeteckningar är mer komplex än vad som i förstone framgår.<sup>12</sup> Vid decennieskiftet 1980 tillhörde det italienska

transavantgardet det mest omdiskuterade i konstvärlden, och "de vilda tyskarna" (neo-expressionismen) var under framväxt. Båda grupperna kom att uppfattas som uttryck för nationella förhållanden, traditioner eller karaktärsdrag, och båda utnyttjade förstas sin nationalitet i marknadsföringssyfte. Sedan dess har ett flertal nya konstströmningar eller konstnärsgrepp lanserats med hjälp av nationalitetsbeteckningar. Hit hör exempelvis den ryska (post-sovjetiska) och den kinesiska samtidskonsten. Nationalitet var också en beståndsdel av Saatchis lyckosamma lansering av YBA (Young British Artists) 1992. Det finns alltså klara fakta som talar emot att globaliseringen av konstvärlden skulle göra nationell tillhörighet ointressant, eller att den endast används som "exotisk" markör. Brittisk, tysk eller italiensk konst framstår knappast som exotisk ur ett occidentalt perspektiv, även om det antagligen ingår i betydelsebildningen kring den kinesiska och sydafrikanska samtidskonsten.

Påståenden om nationalitetens minskade betydelse på den globaliserade konstscenen förefaller även tveksam ur en annan synvinkel. Regionala och nationella ursprung (COO, COE etc.) används allt oftare i syfte att differentiera olika märken på den globala marknaden. Även inom filmen, som nästan alltid kan betraktas som en multinationell produkt, är ofta nationalitet ett viktigt marknadsföringsargument. Så varför skulle samtidskonsten utgöra ett undantag? Och varför knyts tysk, italiensk och brittisk samtidskonst till nationellt ursprung, men inte svensk?

Min misstanke är att det inte funnits några starka intressenter som drivit på en lansering av svensk samtidskonst som just "svensk", i synnerhet inte i Sverige. Det betyder emellertid inte att svensk samtidskonst inte fått omfattande ekonomiskt stöd för utlandslanseringar. Men "internationaliseringen" av det svenska konstlivet har under senare tid ofta skett med stöd av satsningar som Iaspis, som inte önskar understryka konstens nationella dimensioner. Syftet med Iaspis var att skapa ett instrument för att öka utbytet mellan svenska och utländska konstscener. Gästateljéer för svenska konstnärer anskaffades i Berlin, Hertogenbosch, London, San Francisco och New York, och utländska konstnärer fick möjlighet att arbeta i Iaspis ateljéer i Stockholm. Som en effekt av detta kan man se ett tydligt samband mellan vilka svenska konstnärer som haft ateljéer i New York och San Francisco och vilka som fått utställningar och recenserats i amerikanska medier. Charlotte Bydler konstaterar i sin avhandling om den globala konstvärlden de institutionella satsningarnas betydelse: "Without an engagement in cul-

tural exchange, a state was unlikely to see its citizens appear in the New York-centred avant-garde network. And in countries without a sizeable cultural budget, artists will remain only locally significant.”<sup>13</sup>

Den valda svenska strategin kan mycket väl vara av godo för konstlivet och jag vill på intet sätt argumentera för att konst bör lanseras med hjälp av sin nationalitet. Men sett ur denna studies perspektiv har alltså den svenska samtidskonsten inte bidragit särskilt mycket till amerikaners uppfattning om Sverige och svenskar.

Valet att inte betona det svenska ursprunget kan hänga samman med den svenska konstvärldens självbild som internationell. Som tidigare anförts finns det ett samband mellan självbilder och image, mellan de bilder som produceras och de som recipieras. Frekvent anförda påståenden om den svenska samtidskonstens globala genomslag kan mycket väl resultera i just större globalt genomslag, i synnerhet om de kombineras med institutionella insatser som engelskspråkiga publiceringar och deltagande i internationella utställningar.

Undersöker man den bild som svenska skribenter sprider om Sverige och svensk konst i internationella tidskrifter under de senaste tjugo åren slås man av att anmärkningsvärt mycket har en negativ klang. Visserligen är syftet oftast att utmåla samtidens förtjänster mot bakgrund av hur uselt ställt det har varit tidigare, men bilden som framträder hos läsaren är den av en obetydlig provins, vars konst inte är mödan värd att uppmärksamma. Skillnaden mot amerikaners sätt att presentera sin historia är anslående. I nyare amerikanska texter framhålls alltifrån George Caleb Bingham till Thomas Hart Benton tillhöra den stora konsthistorien.

Ett skäl till att Amerika är världens starkaste varumärke är, enligt Simon Anholt, att amerikansk kultur ofta framhåller sig som just amerikansk.<sup>14</sup> Film, musik, böcker, konst med mera bidrar till att befästa och befrämja USA:s rykte. Det gör även alla amerikaner som är stolta över sin härkomst (om än inte över alla aspekter av USA). Som framgår av följande kapitel om amerikanska översiktsverk är det självklart för amerikanska konsthistoriker att inkludera både inhemsk folkkonst och regionalism (dvs. det som i svenskt språkbruk betecknas som provincialism) i odysseyer över världskonstens historia.

1982 publicerades en essä av Mats Rindeskär (f. 1951) i Achille Bonito Olivas *The International Trans-Avantgarde*.<sup>15</sup> Publicerad på svenska i en italiensk bok kan den tyckas falla utanför denna undersökningsram, vilket den definitivt också gjort om inte John Peter Nilsson

(f. 1957) refererat den utförligt sexton år senare i *New Art Examiner* 1998.<sup>16</sup> Nilsson använder Rindeskärs essä till att belägga den provinsiella karaktären hos svensk konst på sjuttioalet. Enligt Rindeskär var svenskt kulturliv amatörmässigt och isolationistiskt:

Den isolering den svenska konsten levde i under sjuttioalet visade sig sedan vara svår att bryta. Kulturlivet – inklusive den falang som tidigare varit ett oppositionellt alternativ – hade nämligen under dessa år byråkratiserats och desarmerats av den statliga stödpolitiken. Den officiella kulturpolitikens arbete för att bredda amatörismen medförde att många seriösa konstnärer kom att tycka att de saknade existensberättigande; de stipendier de fick var ofta en dålig tröst då de helst ville ha intresserade betraktare.<sup>17</sup>

Just denna passage citeras av Nilsson, uppenbarligen som en sanningsenlig beskrivning av svenskt sjuttioal. Det kan tyckas märkligt att beskriva en period när svenska konstnärer i högsta grad var engagerade i vad som hände i världen omkring dem som slutet och isolerat. Det är visserligen sant att anmärkningsvärt få svenska konstnärer ställde ut just i USA under sjuttioalet, jämfört med sextio-, åttio- och nittioal. Men det är fullt möjligt att se det som ett medvetet val, som var grundat i just en internationalistisk omvärldsanalys. Att dessa konstnärer diskuterade global utsugning, miljöförstöring och imperialism, gjorde dem alltså provinsiella, enligt sentida kritiker.

Detta ingår i en strategi att mot bakgrund av en provinsiell tradition framställa den svenska samtidskonsten som desto mer radikal. Nilsson utvecklar i *New Art Examiner* sin syn på sambandet mellan globalisering och vägen ut ur den svenska provinsialismen. Genom den nya informationsteknologin har skillnaden mellan centrum och periferi nästan utplånats, och nationella traditioner och kulturarv spelar mindre roll.

We live in world that has paradoxically both shrunk and expanded. This has given rise to a new kind of closeness among – and curiosity about – formerly remote regions and marginalized cultures: Scandinavia, for instance.<sup>18</sup>

Men trots att distinktionen centrum–periferi är på väg att upplösas har den nordiska konsten blivit mer medveten om sin perifera status, om jag förstår Nilsson korrekt. Och genom att uppmärksamma sin perifera roll blir konsten mer global.

Nordic art from the 1990s is rooted in paradox: the region has become aware of its peripheral status while liberating itself from its Nordic heritage. It is

possible to detect a new brand of tacit individualism in its artwork. Modern social welfare policy has created a secure, democratic cultural climate. On the other hand, it has resulted in a desire to transgress accepted norms.<sup>19</sup>

Ett annat paradoxalt drag hos Nilssons text, liksom i många andra från tiden, är att den svenska konsten beskrivs som individualistisk, samtidigt som den betraktas som ett kollektivt fenomen, det vill säga som en del av en ny trend inom svensk konst. Tankefiguren tycks vara att en lång rad svenska konstnärer ur en yngre generation reagerar på likartade sätt mot det svenska välfärdsamhället, genom att göra mer individuell konst. Och de är framgångsrika genom att få stöd av det system som de reagerar mot.



Det är inte enbart några svenska konstnärer som lyckats få in en fot på samtidskonstscenen, även några svenska curatorer och kritiker har gjort internationella karriärer. Den förste svenske globale konstvärldsnomaden var antagligen ovan nämnde Pontus Hultén, med en lång rad inflytelserika uppdrag i Europa och USA under sjuttio-, åttio- och nittio-talen. John-Peter Nilsson, Sune Nordgren, Lars Nittve och Maria Lind är svenskar som under senare år har haft framgångar utomlands.<sup>20</sup> Men den mest betydelsefulla svenske aktören på den internationella konstscenen är Daniel Birnbaum (f. 1963), om vi ska tro *Art Review* som 2007 placerar honom på tjugonde plats bland konstvärldens hundra mest inflytelserika personer. Därigenom kvalar Sverige in på en delad elfte plats bland världens ledande konstmakter, enligt tidskriften.<sup>21</sup>

Birnbaums karriär kan också ses som en del av "det svenska undret", som under 1990-talet sades gälla inte bara konst utan väl så mycket design och musik.<sup>22</sup> 2008 utnämndes han till att som första svensk få huvudansvaret för Venedigbiennalen, ett av konstvärldens mest inflytelserika uppdrag.

Det är svårt att mäta omfattningen av detta under, som även sägs gälla design och musik. Det tycks som att omloppshastigheten har ökat i det samtida konstlivet, och att fler konstnärer får sina 15 minuter av berömmelse. Intrycket förstärks av att glömskeprocessen suddat ut många namn ur historien, som kan ha stått i rampljuset under en kortare tid. Vilka, utom några specialintresserade svenskar, minns idag Henry B. Goodwin?

Ett sätt att försöka mäta inflytande, uppmärksamhet och betydelse



är rankinglistor. Londonbaserade *Artfacts* har sedan 2001 listat de mest betydelsefulla konstnärerna.<sup>23</sup> Det som mäts är det intresse som visas konstnärerna i form av utställningar. Rankningen görs med hjälp av ett viktat system där inflytelserika gallerier och institutioner väger tyngre än mindre kända. Data har ackumulerats sedan 1998 och 2004 fanns drygt 27 000 konstnärer i databasen. Anmärkningsvärt är att ingen svensk konstnär hittills har slagit sig in bland de hundra främsta, oavsett om listan begränsas till levande konstnärer eller ej. Den totala listan toppas av Andy Warhol och Pablo Picasso, medan den mest framgångsrike samtidskonstnären enligt *Artfacts* beräkningar är Bruce Nauman. Som främste skandinav återfanns Olafur Eliasson på 13:e plats bland levande konstnärer 2006 (23:a totalt), och Edvard Munch som 37:a bland döda konstnärer (han var dock ej med bland de hundra främsta namnen på den sammanlagda listan).<sup>24</sup>

Allt fler och alltmer differentierade listor tycks vara ett tecken i tiden. *Flash Art* mäter vilka konstnärer som är mest betydelsefulla fördelade på två listor, en som ställs samman av konstkritiker, samt en som speglar galleristernas värderingar. Signifikativt är att Daniel Birnbaum 2006 ingick i dem som röstade fram kritikerlistan, där konstnären Johanna Billing kvalade in på delad 18:e plats. På gallerilistan återfinns Henrik Håkansson som enda svensk på 99:e plats. Ingen av listorna anger konstnärernas nationalitet, vilket kanske avspeglar att den inte anses spela någon roll i samtidskonsten.<sup>25</sup> *Art Review* listar å sin sida framtidens konst, stjärnor i vardande. Bland trettio "Stars of Tomorrow" 2008, återfinns svenska Nathalie Djurberg.<sup>26</sup>

Någon framskjuten placering intar Sverige alltså inte på samtidskonstens fält, men inte heller motsatsen. De flesta länder i världen finns ju överhuvudtaget inte med på dessa rankinglistor. Tilläggas kan att det finns något djupt motstridigt i att å ena sidan framhålla att svensk konst blivit mer uppmärksammat internationellt, och att å andra sidan betona globaliseringen av konstvärlden. Om det nu är så att nationell tillhörighet betyder mindre vid bedömningen av konsten – och mycket i mitt undersökningsmaterial tyder på detta, trots ovan anförda invändningar – då är det ju inte "svensk" konst som uppmärksammas, utan enskilda konstnärer m.fl. vars nationalitet är betydelselös. Vari ligger logiken att, som *Art Review* placera Sverige på elfte plats bland världens mäktigaste konstnationer, om Birnbaum är en nationslös, nomadisk aktör på en globaliserad konstscen?



## I översikternas värld

Jag har hittills mest fokuserat på den samtida receptionen av svensk visuell kultur, med stöd hos Birgitta Steene, som visat hur det första framträdandet oftast sätter tonen för hur exempelvis ett konstverk eller konstnärskap uppskattas och förstås. Jag har också försökt fånga förändringar i Sverigebilden, när äldre tolkningsmönster ersatts, eller kompletterats, av nya, exempelvis förskjutningar från hantverkarnation till modern industristat, eller den svenska kvinnan från rejäl bondmora till sexig, dum blondin. Men en viktig aspekt av svensk visuell kultur i USA har hittills bara kortfattat behandlats; den senare (re-)konstruktionen av historien.

Även om historiska framställningar i exempelvis böcker och på utställningar oftast har en kronologisk uppläggning som tar sin början i det mest avlägsna och för handlingen framåt i tiden, så koncipieras de i allmänhet från det omvända hållet. Det är vad vi som skriver historien finner intressant som inkluderas, och vad vi finner intressant aktualiseras av det sammanhang vi befinner oss i. Ett visuellt tydligt exempel på kontrasten mellan samtidens reception och historikerns står att finna i våra konstmuseers magasin: där återfinns det som samtidens curatorer och museichefer ansåg vara betydelsefull konst, men som senare tider tappat intresset för.

Vi har i tidigare kapitel stött på flera exempel på denna kontrast utan att tematisera den. Ett uppenbart exempel är Metropolitan Museums försäljning av Carl Milles *Fountain of the Muses* till Brookgreen Gardens. Hade New York-museet verkligen ansett Milles vara viktig idag hade fontänen förstås kunnat vara kvar någonstans i byggnaden efter ombyggnaden. Den faktiska geografiska förflyttningen av Milles från konstvärldens centrum (New York) till dess periferi (North Carolina) avspeglar det avtagande intresset för hans konst i USA. Nedplockning-

*Konsthistoriker  
med makt: Marilyn  
Stokstad, ca 1995.  
University of  
Kansas.*

en av Anders Zorns målningar från de mest inflytelserika amerikanska museernas väggar avspeglar en likartad utveckling.

En slutsats vi kan dra efter denna studie av drygt hundra år av svensk visuell kultur i USA är att medelvägens estetik betalat sig ganska bra. Men hur framgångsrika Zorn eller Milles än var i sin samtid, har de sedan glömts bort. Deras framgångar har inte omvandlats till långsiktiga placeringar i kulturhistorien. Inte ens kulturellt bildade amerikaner vet i dag vilka de är, medan Edvard Munch, Alvar Aalto och Arne Jacobsen är betydligt mer kända.

Vi har tidigare haft anledning att beröra den betydelse som utställningar, museer och massmedier har haft för att synliggöra och marknadsföra svensk kultur i USA. Genom dem sprids inte bara kunskap, de upprättar också bestämda receptionsmissiga mönster och berikar de visuella artefakterna med olika kontexter. I detta kapitel ska jag granska ytterligare en (kon)textform, översiktsverk, eller närmare bestämt de verk som ger en allmän översikt över konstens världshistoria. Jag är nyfiken på om svensk konst tillhör, eller har tillhört, den allmänna konsthistoria som skrivs i USA. Dessa slags verk täcker visserligen inte in alla fält som studerats i denna studie, men har fördelen av att relativt enkelt kunna undersökas över tid, och fungera som testfall.

En inledande frågeställning för min forskning rörde vilka förändringar USA:s förändrade position, från konstvärldens periferi till dess centrum (först inom arkitektur, foto och film, senare design och bildkonst) medförde för receptionen av det perifera Sverige? Hur skiljer sig en periferis reception av en annan periferis visuella kultur jämfört med ett centrums? Och vilka konsekvenser har den så kallade globaliseringen inneburit för detta slags relationer?

Vi har sett hur den visuella kultur som varit mest framgångsrik i USA – Zorn, Milles, Swedish Modern, Ingmar Bergman – på olika sätt dragit nytta av att komma från ett kulturellt centrum (Europa), med dess traditioner, kultur och bildning. Samtidigt har de kunnat utnyttja sin perifera härstamning (vikingablod, midnattssol, sagor, hantverkskunnande med mera). Vid förra sekelskiftet torgfördes även åsikten att Amerika hade mer att lära av andra periferier, än av konstvärldens centrum.

Ett centrum är aldrig självförsörjande. Det står i relation till omgivande periferier och till andra centra, och bekräftas av dessa. När vi talar om hur konstvärldens centrum förflyttades från Europa till USA under efterkrigstiden, avser vi att konstvärlden, med dess perifera seg-

ment, uppfattar USA och New York som just centrum. Större uppmärksamhet fås vid de gallerier, museer och tidskrifter som finns där, och alltför konstnärer, curators och konstskribenter söker sig dit, med en bekräftelse av centrum som följd.

Mitt fokus här ligger emellertid på ett annat slags centrumbildning, som det sällan talas om: produktionen av historia. Merparten av de textböcker om konsthistoria i allmänhet, och i synnerhet om modern konsthistoria, som används på svenska högskolor och universitet skrivs och produceras i USA. En konsekvens av detta är att den svenska konstens historiska betydelse marginaliseras också i medvetandet hos museintendenten, konstkritiker, konstförmedlare, universitetslektorer, gallerister etc. Genom den amerikanska historieskrivningen har de internaliserat en bild av den allmänna konsthistorien som den generella utvecklingslinjen utan beröringspunkter med Sverige, och den svenska konsthistorien som ett undantag, sidospår eller till och med återvändsgränd. Också genom svenska utställningar, kataloger, artiklar och föreläsningar (re)konstrueras en bild av svensk konst och svensk konsthistoria som något perifert, som något som på sin höjd angår de närmast sörjande.<sup>1</sup>

## Historien enligt Gardner

Otaliga konsthistoriska översiktsverk har publicerats under de dryga 150 år som genren existerat. Av de engelskspråkiga böcker som används idag har de flesta en ganska kort historia. H. W. Jansons *History of Art* publicerades första gången 1962, Hugh Honours & John Flemings *World History of Art*, 1982, Marilyn Stokstads *Art History* 1995 och Laurie Schneider Adams *Art Across Time* 1999. I särklass längst kontinuerlig historia har Helen Gardners *Art through the Ages* som utgavs första gången 1926. Den har naturligtvis en Aragon-karaktär, inte ett kommatecken finns kvar från brödtexten 1926. Men eftersom senare tiders författare ändå sett sig arbeta i Helen Gardners efterföljd utgör *Art through the Ages* ett fascinerande undersökningsmaterial för den som vill följa konsthistorieskrivningen under 1900-talet.

Först några ord om författaren och bokens syfte. Helen Gardner (1878–1946) var, när hon började skriva detta översiktsverk, lärare i konsthistoria vid Art Institute i Chicago. Hon saknade en kortfattad genomgång av konsthistorien i ett band, och beslöt sig för att skriva ett själv. Första editionen omfattade drygt 500 sidor och blev en omedel-

bar framgång. Den är välskriven, omfattande och samtidigt analytiskt diskuterande. Konsten förstås både som uttryck för enskilda personer och som en del av socialhistorien. Stor vikt läggs vid formalanalyser och stilutveckling, medan anekdotiskt material är helt frånvarande.

1933 utsågs Gardner till prefekt vid institutionen ("head of the department"), och 1936 utkom en andra väsentligt utökad upplaga av boken. De två första upplagorna sålde i över 250 000 exemplar. Hon hann med att påbörja en tredje upplaga, som dock publicerades först två år efter hennes död. Sedan dess har *Art Through the Ages* fortsatt att ges ut i ständigt nya omarbetade utgåvor.

Boken är skriven med en amerikansk publik i sikte, i synnerhet studenter i konsthistoria. Strukturen i boken är avhängig dess användning som kurslitteratur, även om Gardner i förordet till första utgåvan annonserar att den också vänder sig till en bredare läsekrets.<sup>2</sup> Upplägget är strängt kronologiskt:

This organization is based first on the chronological order. Each civilization contains so many elements from the preceding that it is incomprehensible without a knowledge of that age. The only exception to this is the ancient American and Oriental art, in which the influences from Europe are so uncertain, and so essentially minor as far as the significant quality of the best art is concerned, that the chapters devoted to these subjects have been placed by themselves at the end of the book.<sup>3</sup>

Den europeiska konsthistorien är alltså axeln kring vilken texten kretsar, men det avslutande kapitlet om samtidens konst, som täcker perioden 1900–1925, behandlar i större utsträckning även amerikansk konst, om än i termer av en eftersläpande periferi:

In the United States there appears to be more conservatism than in Europe and less tendency to be carried away by the radical movements above described.<sup>4</sup>

De ledande samtidskonstnärerna är, enligt Gardner, Archipenko, Bourdelle, Cézanne, Gauguin, van Gogh, Maillol, Matisse, Picasso, Severini och Russolo. Bland amerikansk konst diskuteras målarna George Bellows, Arthur B. Davis och Rockwell Kent samt skulptören Paulanship. Cass Gilberts Woolworth building (klar 1913) i New York reproduceras, och arkitekturen sägs tillhöra de mest sunda av konsterna i USA.<sup>5</sup> I kapitlet om samtiden behandlas dessutom konstnärer från Europas randområden som jugoslaven Ivan Meštrović och ryssarna Ilja Repin,

Vassilij Verestchagin, Leon Bakst, Boris Anisfeld och Nicolas Roerich. Ingen svensk finns med.

Det skulle det emellertid finnas i den andra utgåvan 1936. I denna har avsnitten om samtidskonsten byggts ut avsevärt och färgreproduktionen mitt emot titelsidan har signifikativt nog bytts från Nefertiti till ett blomsterstilleben av Vincent van Gogh. Rysk medeltid har fått ett eget kapitel liksom barockens konst, båda uttryck för förändringar i den samtida smaken.

Kapitlet om samtidskonst har rubriken "The Art of Today" och följer samma struktur som de flesta andra i boken; först avhandlas arkitektur, därefter skulptur, följt av måleri och konsthantverk och design ("the minor and industrial arts"). I arkitekturavsnittet behandlas den senaste utvecklingen med arkitekter som Le Courbusier, Mies van der Rohe och Walter Gropius. Inflytandet från förstnämnda avspeglas inte minst i reproduktionen av en betongsilos ("Concrete Grain Elevator") i Fort Williams, Ontario. Den moderna rörelsen sågs vara stark också i Skandinavien, men inga skandinaviska arkitekter nämns vid namn.<sup>6</sup>

I avsnittet om konsthantverk omtalas kortfattat både Orrefors exklusiva produktion samt svenskt vardagsglas av god estetisk kvalitet.<sup>7</sup> Svenskt konsthantverk omnämns också i ett lite längre avsnitt i samband med modern textilkonst:

The Swedish products, which are of a high character, are based upon, if not actual copies of, Swedish traditional patterns as a part of the present Swedish national renaissance. It just happens, however, that these traditional hangings and rugs, in the austere simplicity of one hue, are strikingly modern in style. In fact the forms of this archaistic revival are so in harmony in spirit and in form with the modern that the transition, or transformation, from the former to the latter seems almost accomplished.<sup>8</sup>

Skrivningen är naturligtvis delvis ett resultat av de framgångsrika svenska utställningar av konsthantverk som tidigare diskuterats, såväl i Europa som i USA. Gardners hemvist i svenskbygdens Chicago ska inte heller underskattas, i synnerhet som där fanns en framgångsrik marknadsföring och försäljning av svenskt konsthantverk, inte minst genom Tage Palm. En tredje bidragande faktor är Svenska Slöjdföreningens medvetna lansering av svenskt konsthantverk genom publikationer på engelska. Med i Gardners bibliografi finns både Erik Wettergrens *The Modern Decorative Arts of Sweden*, New York 1926, och Nils Gunnar Wolins *Modern Swedish Arts and Crafts in Pictures*, New York 1931.

Men den svenske konstnär som finns namngiven i 1936 års utgåva är förstas Carl Milles, som vid denna tid var bosatt strax norr om Detroit. Bland de samtida trenderna inom skulpturen nämner Gardner först och främst återkomsten av en sann arkitektur-skulptur.<sup>9</sup> Men, fortsätter texten lite längre fram, en stor del av den samtida skulpturen fungerar som arkitektur utan att vara en faktisk del av en byggnad. Ett av flera exempel på detta är Milles:

The fountains of the Swedish sculptor Carl Milles are highly architectural. The figures are usually of bronze, are boldly modeled in strong simple planes with emphatic repeated motifs so as to carry in the out-of-door light, and in combination with the water which is treated as a necessary part of the design.<sup>10</sup>

Med i bibliografin till kapitlet finns Stanley Cassons *XXth Century Sculptors* från 1930. I boken framhålls, som vi tidigare diskuterat, Milles som 1900-talets främste skulptör.

Övriga illustrationer i kapitlet visar verk av amerikanerna Alfe Faggi (Faggi var amerikan, invandrad från Italien), Jacob Epstein (verksam i England), Robert Laurent, William Zorach och Hunt Diederich; fransmännen Aristide Maillol och Jacques Lipchitz; tysken George Kolbe, ukrainaren Alexander Archipenko samt jugoslaven Ivan Meštrović.

Ju närmare samtiden Gardner kommer, desto svårare att sammanfatta blir konsthistorien. Det är antagligen dels ett resultat av att hon ville förankra framställningen i den samtida konstvärld som fanns runt omkring hennes studenter, vilket ledde till inkluderingen av en hög andel amerikanska konstnärer, arkitekter och formgivare, dels en följd av att samtiden är mindre tillrättalagd av konsthistoriska praktiker, såsom översiktsverk och museisamlingar. Sistnämnda kan uppfattas som att samtiden inte bara är mer förvirrande utan att den även har mindre av centrum-periferikaraktär, en slutsats som Gardner också drog:

Though Paris has long been the painter's geographic center, "isms" in other countries as well have contributed to the total unrest. Decentralization seems to be taking place, and in almost every country independent experiment is going on. At times the experimentation is consciously nationalistic and archaistic, as in Sweden, which is experiencing a national revival of its medieval arts.<sup>11</sup>

Förmodligen är omdömet baserat på den upplevda traditionalismen i svenskt konsthantverk. Oavsett utsagens riktighet, pekar den på att Sverige var en självklar referenspunkt för Gardner i en konstens världshistoria 1936.



I den tredje utgåvan av Gardners *Art through the Ages*, 1948, den sista som hon själv var med att skriva, fick Milles en än mer generös behandling. Samtidsskulpturen har nu ett eget kapitel, "Twentieth-century sculpture". Skulpturen har under 1900-talet började återta sin forna betydelse, konstateras inledningsvis. Den har återfått sin sedan länge förlorade affinitet med arkitekturen. Ovanför kapitelrubriken reproduceras Paul Manships *Dancer and Gazelles*. Jämfört med 1936 års utgåva avbildas inte längre verk av amerikanerna William Zorach och Hunt Diederich, men Alexander Calder har tillkommit. Detsamma gäller fransmannen Constantin Brancusi (född och uppväxt i Rumänien), brazilianskan Maria Martins, tysken Wolfgang Lehmbruck samt engelsmannen Henry Moore.

Det tidstypiska intresset för relationen mellan arkitektur och skulptur kommer till uttryck genom valet av Alfe Faggi, men också av Milles och Manship. Casson finns fortfarande med i Gardners litteraturlista, men har kompletterats med bland andra Meyric R. Rogers bok *Carl Milles* (1940). Om Milles skriver Gardner in extenso:

Carl Milles (1875-) of Sweden, now resident in America, attains forthright strength in his work through simplification and clarity of relationships. He has made many fountains, all with an architectural quality, usually of bronze and boldly modeled in strong simple planes with emphatic repeated motifs in order to carry in the out-of-door light. Water he has treated effectively as an integral element in the design. His equestrian statue *Folke Filbyter*, with its powerful countermovement in the man and the horse, again illustrates how a forceful relationship of mass and contour achieves a forceful statement of an idea.<sup>12</sup>

I den följande fjärde utgåvan, elva år senare, tonas den samtida skulpturens renässans ned och släktskapet skulptur-arkitektur blir inte längre föremål för några kommentarer. Med den förändringen försvinner också reproduktionen av Faggi tillsammans med Manship, Despiau, Meštrović, Martins och Lehmbruck. Istället har François Rude, Augustus Saint-Gaudens, Auguste Rodin, Ernst Barlach, Umberto Boccioni, George Vantongerloo, Naum Gabo och Theodore Roszak tillkommit. Av Milles reproduceras istället *The Meeting of the Waters* i St Louis, Missouri. 1959 års text lyder som följer:

Breadth and sensitivity based on profound learning characterize the work of Carl Milles (1875-1955), the Swedish sculptor who lived for many years in the United States. In his figures are many reminiscences of early Greek and Medi-

eval art, but he always found an original and very personal solution for each problem. His reputation may well rest on his many fountains, composed of numerous figures, which he created in America and in Sweden. The *Meeting of the Waters*, in the center of a large square in St. Louis, is a particularly happy combination of bronze forms which seem to gain the dimension of movement when the waters play about them. In addition to the inherent qualities of his sculptures, Milles' insistence on the public use of sculptural groups has been an important contribution to the art of civic planning.<sup>13</sup>

Jämfört med den äldre utgåvan har alltså stycket om Milles byggts ut. Milles koppling till USA understryks och är förmodligen en bidragande orsak till hans fortsatta aktualitet för Gardner. Men mer intressant är, att medan Faggi och Manship förpassats till konsthistoriens källarförord tillsammans med diskussionen om arkitektur-skulptur, så har Milles blivit föremål för en omläsning som gör hans verk aktuella; hans offentliga skulpturfontäner sägs vara viktiga bidrag till stadsplaneringens konst. Den kraftiga nybyggnationen efter kriget, med snabbt anlagda förstäder utan traditionell stadskaraktär, hade aktualiserat en diskussion om stadsplanering och stadskärnornas utseende. Med början i England hade en reaktion skett mot tendensen att se staden som ett slags skulpturpark. På båda sidorna av Atlanten fanns det arkitekter och stadsplanerare som kritiserade den modernistiska stadens brist på urbanitet.<sup>14</sup>

På femtiotalet var Milles, som vi sett, ännu aktuell i amerikanska medier, men när den femte utgåvan utkom 1970, nu under titeln *Gardner's Art Through the Ages*, hade han strukits.<sup>15</sup> Med inkluderandet av efterkrigstidens konstutveckling framstod Milles inte längre som central.



Milles är emellertid inte det enda svenska nedslaget hos Gardner. I 1948 års utgåva av *Art through the Ages* finns ett kapitel om maskinkonst, "The Arts of the Machine". Det illustreras med bilder av tåg, flygplan och reklam. Liknande avsnitt finner man för övrigt också i andra konsthistoriska översiktsverk – intresset för industridesign är stort vid denna tid.<sup>16</sup> Detta är ett kapitel där Skandinavien och Sverige får stort utrymme. USA sägs vara det land där maskinkonsten avancerat längst, Sverige präglas av ambivalens inför den nya tiden. Ambivalens är dock inte alltid av ondo:

In some European countries traditions have been strong and have given way to the machine reluctantly, as in the Scandinavian countries, where handmade and machinemade objects are produced side by side. [---] Even in mechanized countries; there is still a luxury demand for handmade objects, as well as a revival of the folk arts. In many, but by no means all, of the traditional handicrafts is discernible an affinity with machine art in their simplicity, their suppression or elimination of ornament, their sensitive feeling for materials, with a disciplined regard for the idiom of each. A good illustration is found in Swedish arts.<sup>17</sup>

På omslaget till Philip Johnsons utställningskatalog *Machine Art* 1932 avbildades som tidigare nämnts ett svenskt kullager. Men trots framgångarna för teknik och ny svensk design under mellankrigstiden var det fortfarande som hantverksnation Sverige tydligast framträdde i denna konstens världshistoria. Ändå torde Svenska Slöjdföreningen ha kunnat känna sig nöjd med den bild av lycklig förening mellan tradition och modernitet i Sverige som målas upp i Gardner:

Traditionalism and modernism often find common ground. Swedish textiles are an example. For traditional Swedish hangings and rugs, in the austere simplicity of their conventionalized forms and color patterns – often in several tones of one hue – are strikingly modern in style. Indeed the forms of this revived art are so in harmony in spirit and in form with the modern that the transition, the transformation, from the former to the latter, almost seems accomplished without a realization that the transformation is taking place.<sup>18</sup>

Design och arkitektur fick emellertid en alltmer undanskymd plats i Gardner, med följderna att Sverige försvunnit ur senare upplagor.

## Den svenska promillen

Letar man i översiktsverk som specifikt behandlar tiden från det sena 1800-talet fram till idag dyker det upp några svenska namn i marginalerna. Öyvind Fahlström nämns ofta i samband med popkonsten, men sällan annat än i förbigående. Han är inte med i spridda textböcker som Norbert Lynton, *The Story of Modern Art* (1980–), Harvard H. Arnason, *History of Modern Art. Painting, Sculpture, Architecture, Photography*, (1968–) och Sam Hunter, John Jacobus och Daniel Wheeler, *Modern Art* (1976–). I Claude Marks biografiska uppslagsverk *World Artists 1950–80* är Fahlström den ende svensken. Om Fahlström skriver Mark emellertid att hans inflytande på den samtida konsten i bästa fall varit

perifert.<sup>19</sup> I den process som med tiden skett om vilka konstnärer från sextio- och sjuttiotalen som ska betraktas som de mest centrala har Fahlström uppenbarligen inte utkristallerats.

Hunter, Jacobus och Wheeler har inte med någon svensk. Aalto och Munch får representera Norden. Arnason inkluderar Oscar Gustave Rejlander, vilket förstås avspeglar det förnyade intresse för äldre tiders iscensatta fotografier som väckts av samtida fotokonst. Återinskrivningen av Rejlander i konsthistorien är alltså ett resultat av förskjutningar på det samtida konstfältet, men det underlättades säkert också av att han var verksam i England och därmed en del av den engelskspråkiga världens fotohistoria.

Emigrationen från Sverige till England har säkert också bidragit till att Monica Sjöö (1938–2005) etablerats som en referenspunkt i kvinnokonsthistorien, med målningen *God Giving Birth* 1968. Andra svenskar som förekommer i den allmänna konstillitteraturen är Viking Eggeling som ibland nämns som en föregångare inom kinetisk och cineastisk konst,<sup>20</sup> och Carl Milles i egenskap av lärare till Duane Hanson vid Cranbrook (1950–51). Erik Gunnar Asplund finns med i en del mer renodlade arkitekturhistoriska översiktsverk. Därmed tar dock det svenska bidraget till den allmänna konsthistorien slut. Anders Zorn är alltså fullständigt uttraderad ur den allmänna konsthistoria som formuleras i USA, trots hans stora framgångar där.

Det paradoxala är att samtidigt har allt fler perifera nordamerikanska konstnärer skrivits in i översiktsverken, och därmed i den allmänna konsthistorien. Exempelvis har Arnason med Robert Henri, John Stuart Curry, Tom Otterness och Thomas Hart Benton. Sistnämnde inkluderas även i senare utgåvor av Gardner och Stokstad. De är visserligen alla på sitt sätt intressanta konstnärer, men de hade knappast tagits med om inte böckerna främst varit inriktade på en amerikansk publik.

Konsthistorien approprieras också på ett annat sätt i de amerikanska textböckerna. Eftersom de primärt är skrivna för en nordamerikansk läsekrets – att de används över hela världen är så att säga en lycklig ekonomisk spinn-off-effekt – väljer förlagen och författarna ofta att illustrera berättelsen med verk som finns i USA och Kanada. Det finns flera skäl till detta. Ett är att man vill att studenterna ska kunna ta del av verken själva och på exkursioner, ett annat att man gärna vill ge ”credit” åt museer, gallerier och arkiv som man själv har en relation till. En tredje, delvis omedveten, anledning till valet av exemplifierande eller kanoniska verk från USA, är att man helt enkelt väljer konstverk

som man är väl bekant med. De textboks författare som jag kommit i kontakt med under min forskning i USA är förvånansvärt lite beresta, i synnerhet utanför Nordamerika. Valet av illustrationer blir därför en kombination av re-produktion av kanoniska verk från tidigare textböcker, och mer nyligen tillagda amerikanska ikoner.

Låt oss som exempel se närmare på Marilyn Stokstad *Art History*. Första utgåvan kom 1995, en reviderad utgåva publicerades 1999, medan den här analyserade utgåvan utkom 2002. I sistnämnda har Marilyn Stokstad (f. 1929) samarbetat med David Cateforis som har omarbetat avsnitten från 1700-talet fram till och med samtiden. Både Stokstad och Cateforis är verksamma vid University of Kansas, ett förhållandevis stort och ansett delstatsuniversitet i hjärtat av USA.

Förutom Stokstad och Cateforis har fem andra amerikanska universitetslärare medverkat i boken: Stephen Addiss, University of Richmond, Bradford R. Collins, University of South Carolina, Chu-ting Li, University of Kansas, Marilyn M. Rhie, Smith College, samt Christopher Roy, University of Iowa. Intressant att notera är att alla författarna är verksamma i områden som betraktas som periferier i USA.

Stokstads upplägg följer den sedan 1800-talet fastlagda utvecklingslinjen från prehistorisk konst till samtid. Bildkonsten dominerar, men också arkitektur och dekorativ konst behandlas. På de närmare 1 200 sidorna förs läsarna på en snabb resa genom tiden och över kontinenterna. Relativt stort utrymme ägnas asiatisk, afrikansk och amerikansk konst, vilket avspeglar de gängse kursuppläggen på nordamerikanska universitet. Föremålets tekniska aspekter och intentionen bakom dem ges generöst utrymme. En viktig ambition, enligt författarna, är också att förse konsten med en förklarande kontext.<sup>21</sup> Kapitlen inleds, och interfolieras, med historiska och politiska contextualiseringar som avspeglar en amerikansk uppfattning om världen. I avsnitten om 1800- och 1900-talen understryks exempelvis kapitalismens och USA:s betydelse för att skapa en demokratisk och dräglig värld på ett sätt som kan kännas märkligt för en europeisk läsare. Samt sannolikt även för en sydamerikan, afrikan eller asiat.

Stokstad är frikostigt illustrerad, och reproduktionerna fyller en stor pedagogisk funktion. Det finns en explicit tanke om att konsten (i viss mån) kan tala för sig själv. Men det sammanhållande kittet i den historiska översikten är texten, kompletterad av diagram och kartor. Det är i stort sett den gängse utvecklingshistorien som berättas. Den kan, om man så vill, analyseras i termer av centrum och periferier. Avsnittet om

det sena 1800-talet fokuserar givetvis Paris som ett viktigt centrum, med nya konstnärliga strömningar som impressionism och post-impressionism. I ett stycke om symbolismen kommer Edvard Munch in, med målningen *Skriet* avbildad. Några sidor senare, som ett komplement, skildras utveckling i USA med akademisk skulptur, landskapsmåleri, realism och fotografi. De perifera dragen i den amerikanska konsten påtalas, men överbetonas inte. Ett slags dubbelhet upprättas där amerikansk konst, design och arkitektur å ena sidan beskrivs som mottagande i förhållande till europeiska centra, men å andra sidan bearbetar och uttrycker specifika amerikanska erfarenheter. Med tiden börjar USA alltmer inta en tätposition i den konsthistoriska utvecklingen, enligt Stokstad. Först med skyskrapor och präriehus och namn som Louis Sullivan och Frank Lloyd Wright. Senare med den abstrakta expressionismen och popkonsten. Samtiden representeras i stor utsträckning av konstnärer verksamma i USA.

För att återgå till diskussionen om urvalsmekanismerna bakom texterna och bilderna i översiktsverken kan man fråga sig om inte Marilyn Stokstads norska påbrå har garanterat ett visst utrymme för skandinavisk vikingatid och medeltid? Och om inte David Cateforis grekiska påbrå gjort honom benägen att inleda avsnittet om konsten efter 1945 med Jannis Kounellis installation med tolv hästar från 1969?

Men mest påtagligt är det amerikanska urvalet. Tydligast kommer detta till uttryck i de sista kapitlen. Med början på 1800-talet (kapitel 27) föreställer de flesta av reproduktionerna i boken byggnader och verk som finns i USA. Redan i de tidigare avsnitten finns en klar tendens att om möjligheter föreligger hellre välja saker som finns på amerikanska museer än att illustrera med verk från europeiska samlingar. Lite drygt hälften av reproduktionerna i kapitlen om konsten från 1800 till 1945 är amerikanska. Hela åttio procent av byggnaderna och konstverken efter 1945 (kapitel 29) finns att se i USA. En betydande del av dessa är förstås av amerikanska konstnärer, designers och arkitekter, men långt ifrån alla. Den som är intresserad av modern konst och arkitektur behöver, synes det, inte förflytta sig utanför USA:s gränser. En intressant observation som kan relateras till författarnas geografiska hemvist är att ovanligt många av verken finns att se i Mellanvästern.

Det spelar naturligtvis ingen större roll om man som illustration till Claude Monet väljer en målning av västfasaden av katedralen i Rouen, som finns i New York, eller en som finns i Paris. Informations- och explikationsvärdet är detsamma. Men det ger samtidigt studenterna

en uppfattning om vart man ska åka för att få se de stora mästerverken i original: New York, Washington, Boston och Philadelphia. Hela världens konsthistoria finns kanske inte i en enda bok, ens om det är ett konsthistoriskt översiktsverk av Stokstads kaliber. Men det är snudd på att läsaren får intrycket att alla ikoniska verk finns i USA, åtminstone från den moderna konsthistorien.

Av de idag i Sverige och USA fem mest använda konsthistoriska översiktsverken, Marilyn Stokstad *Art History*, *Gardner's Art Through the Ages*, H. W. Jansson *History of Art*, Laurie Schneider Adams *Art Across Time* och Hugh Honour & John Fleming *World History of Art*, produceras bara den sistnämnda i Europa. Likheterna mellan verken är definitivt större än skillnaderna, men vad gäller reproduktionerna kan man konstatera att mindre än hälften av bilderna i Honour & Fleming i avsnitten om 1900-talets konst och arkitektur föreställer byggnader och konstverk som finns att se i USA.<sup>22</sup>

Hur ter sig då Sverige i det stora stokstadska perspektivet? Knapast alls, skulle man kunna svara. Två "svenska" objekt finns med i verket. Den svenska kontingenten till världens konsthistoria uppgår med andra ord inte ens till en promille. Det första är ett fotografi av en runsten i Lärbro på Gotland från 700-talet, det andra är ett fotografi av Oscar Gustave Rejlander: *The Two Paths of Life* från 1857. Sistnämnda ingår för övrigt i samlingarna på George Eastman House, Rochester, New York. Med en generöst inkluderande gest kanske man också kan räkna Claes Oldenburgs läppstift som halvsvenskt, men sedan är det stopp för svensk närvaro i den globala konsthistorien à la Stokstad.

## Vart tog Zorn och Milles vägen?

En vanlig förklaring till att Sverige inte finns med i den allmänna konsthistorien är att Sverige aldrig varit ett idégivande centrum. Svenska konstnärer, arkitekter, formgivare och andra aktörer på det visuella fältet har på sin höjd utnyttjat och omvandlat andras idéer och innovationer. För att ta sig in i i historieskrivningen med egen rätt måste man vara originell och tillföra något nytt. Man kan också ta sig in genom att tillhöra ett intressant fält med avseende på geografi, kön eller etnicitet, men det har inte varit någon framgångsrik väg för svenskar.

Ju mer perifer del av konstvärlden man tillhör, desto större och originellare måste ens påverkan på centrum vara för att inkluderas. Detta gäller inte bara geografiskt perifera områden, utan även centrum-pe-

riferi-förhållanden som bygger på exempelvis genre och teknik. Hur många frimärkskonstnärer finns med i översiktsverken?

Sverige har för få universitetsstudenter för att inkluderas i översiktsverken av regionala skäl. De enda länder utanför USA som på senare år inkluderats är Kanada och Mexiko. De kanadensiska universiteten, där även många amerikaner läser, förklarar vikten av att landets konsthistoria är med. Att Mexiko också får en generös behandling beror dock inte på att man vill garantera marknaden för de amerikanska översiktsverken där, utan att "hispanics" blivit alltmer inflytelserika i USA.

I USA finns en starkare utvecklad känsla för etnisk representation än i Sverige, även om mycket hänt hos oss under det senaste decenniet. Ett enkelt exempel är att nästan alla nyhetssändningar på teve har fyra personer i studion, varav oftast en svart, en Asian-American och två "kaukasier" (dvs. vita). Minst en av dessa är dessutom kvinna. I de senaste utgåvorna av Stokstad och Gardner har denna "jämlika" representation slagit igenom på 1900-talets konsthistoria. Majoriteten av konstnärerna, formgivarna och arkitekterna är "vita". Asian-Americans representeras av bland andra Naum June Paik och Ieoh Ming Pei, och de svarta av Jacob Lawrence och Aaron Douglas.

Att krassa ekonomiska överväganden och det amerikanska behovet av "political correctness" styr en del av urvalet i översiktsverken, förklarar emellertid bättre inkluderingar än exkluderingar. Det finns flera problem med argumentet att konsthistorieskrivningens urval styrs av konstnärernas, konstverkens och stilarnas betydelse och inflytande. En första anmärkning är att det ofta är ett cirkelresonemang, eftersom det är genom att kanoniseras i böcker och på utställningar som konstnärerna, konstverken och stilarna blir betydelsefulla. En andra invändning gäller var, när och på vilka påverkan skett. Zorn var enormt inflytelserik, men de som arbetade i hans efterföljd har i efterhand inte rönt så stor uppmärksamhet, eftersom de inte tillhör modernismens huvudfåra. Urvalet sker alltså retrospektivt och med starka inslag av estetiska överväganden utifrån konstvärldens centrum. Viktigare än inflytande är i de flesta fall att den valda konsten passar in i den rådande historiesynen. Ett tredje problem med den dominerande synen på hur urvalet går till har jag i ett annat sammanhang diskuterat med hjälp av motorvägen som metafor.<sup>23</sup>

Ofta används bilden av konsthistorien som en tidslinje, i synnerhet i generella uppställningar. Mentalt bär vi som intresserar oss för konstens historia med oss denna bild, också när vi behandlar mer kom-



plexa fenomen. Någonstans har den också funnits med när jag skapade strukturen för denna bok. Men bilden av konsthistorien som en linje från grottmålningar till samtidskonst är lite för reduktionistisk när det kommer till hur konsthistorien i praktiken ser ut, på museer och i böcker. Linjen saknar tredimensionalitet, vilket fått mig att tillgripa motorvägen som metafor. Den uttrycker dessutom något av hastigheten och lättheten med vilken vi förflyttar oss i historien. På motorvägar kan man lätt förflytta sig från antikens Rom till 1800-talets Paris. Skyltarna längs vägen är tydliga och entydiga: se där! där passerade vi gotikens Chartres! Man kan stanna på iordninggjorda rastställen för att studera ett väl valt, exemplifierande verk, kanske Rembrandts *Nattvakten*. Men man ser aldrig det som ligger långt från motorvägarna, längs dammiga grusvägar i exempelvis Sverige.

Motorvägarna förbinder konsthistoriens centralorter: Rom, Paris, New York, Florens etc. Samtidigt skapar de periferier, det vill säga de platser som inte nås via de breda vägarna. Ibland anläggs nya vägar när konsthistoriens aktörer gör en oväntad sväng. Kubismen var en sådan, som fick en tillräckligt intressant dragning för att attrahera mycket trafik. Den har därför fått status av att vara en av modernismens huvudvägar, tillsammans med expressionismen och den icke-föreställande konsten.

Om Braques och Picassos experiment inte fått någon efterföljd skulle den påbörjade vägen ha blivit en återvändsgränd. Det är mer spännande med dem som anlägger en ny väg, än dem som följer efter på redan välpreparerade gator. För att skrivas in i konsthistorien räcker det alltså inte med originalitet; man måste också bli uppmärksam av andra, helst så nära konstvärldens centrum som möjligt.

Översiktsverken kan ses som kartböcker över konsthistoriens vägnät. Ju mer sammanfattande de är, desto mindre skala har de. Ska man få in hela den globala konsthistorien mellan två pärmar kan endast de allra största vägarna ritas ut. Svenska grusvägar och återvändsgränder får helt enkelt inte plats.

Om, och detta är ett högst hypotetiskt "om", de svenska grusvägarna skulle ritas om till motorvägar skulle de hota att dekonstruera modernismens huvudvägar. För att behålla berättelsens struktur och begriplighet har vi inte råd med ett alltför komplicerat vägnät. Detta har att göra både med narrationens villkor och med det mänskliga medvetandets sätt att fungera. Det mesta måste reduceras till sidospår och återvändsgränder för att en fattbar kartbild ska kunna ritas. Med

modernismens nya vägdragningar lämnades den luminism eller senimpressionism som kring förra sekelskiftet såg ut som en bred allfarväg åt sitt öde. Någonstans längs den vägen har alltså Zorn lämnats kvar. Och i slutet av en mer sentida återvändsgränd står Milles fontäner.



Motorvägsmetaforen missar emellertid att peka ut ett annat viktigt svar på frågan vart Zorn och Milles tog vägen. När historien skrevs av Gardner och Stokstad följde de inte vägen från Rom och framåt. Historikernas praktik är snarast den omvända. Utgångspunkten är den tid och plats där de befinner sig. Från denna blickar de bakåt och väljer ut det som förefaller värt att berätta, utifrån urvalskriterier som vi diskuterat ovan. Vad de ser beror naturligtvis på de kartböcker som de har till hands (bland annat tidigare översiktsverk), men också i hög grad på var de står, åt vilket håll de tittar och fokuserar.



Vilken betydelse har då de tolkningsmönster som använts på svensk visuell kultur för eventuella inkluderingar och exkluderingar ur översiktsverken?

En vanlig uppfattning är att det som är stort i sin samtid sällan håller för historiens granskning. Som stöd för denna uppfattning kan man gå till museernas lagerutrymmen och betrakta all den konst som köpts in men som inte längre ställs ut eftersom den inte bedöms vara tillräckligt intressant. Eller så kan man gå till tidningsläggen och bläddra igenom recensioner och förundras över hur konstnärer som man aldrig hört talas om höjs till skyarna. Zorn och Milles dyker upp vid båda tillvägagångssätten i USA.

Konsthistorien är också berättelser om missade inköp och kritikers sågningar av konstnärer som senare gått till historien som banbrytare. Det finns skäl att vara misstänksam mot påståenden om förbigångna och missförstådda genier. En missad Vincent van Gogh betyder inte att samtiden missade allt av historisk betydelse. En viktigare invändning är att om man inte tror på eviga kvalitetsnormer, så är det eftervärldens smak och preferenser som bestämmer om de ska skrivas in i historien eller inte. Till dessa preferenser hör emellertid bland annat uppskattningen av bilden om det missförstådda geniet. Även i samband med

konstnärer som mötte mycket uppskattning under sin samtid, lyfts gärna negativa recensioner fram. Senare framgångar kontrasteras härigenom mot tidiga umbäranden.

En kompletterande faktor är den modernistiska konstvärldens struktur i centrum och periferier. Eftersom modernismens historia i hög grad skrivits av de närmast inblandade – till skillnad från äldre tiders konsthistoria som skrivits med lång eftersläpning – är strukturerna i konstvärlden avgörande för att förstå varför historieböckernas urval ser ut som de gör. Så länge USA uppfattade sig som en periferi fanns, som vi sett, ett intresse av att uppmärksamma och lära av andra framgångsrika periferier. Efter att USA blivit både konstvärldens och konsthistorieskrivningens centrum har situationen förändrats. Konsthistorien är mer global än tidigare, vilket bland annat haft som följd att urvalet kanoniska verk för varje epok eller tid blivit mer begränsat. Periferierna har därför fått stryka på foten. Kvar blir de mest ”centrala” områdena. Dessutom tillgodoses intressen från närliggande, vänligt sinnade regioner som Mexiko och Kanada, samt ett mindre antal minoriteter.



# Mellanmjölkens estetik i Coca-Cola Country

Det har under senare år blivit populärt att tala om varumärket Sverige och betydelsen av att stärka det utomlands. Även före bruket av varumärkesretorik har marknadsföringen av Sverige periodvis prioriterats av statsmakten, inte minst vid världsutställningarna. Men dessa medvetna satsningar tycks ha haft mindre inverkan på Sverige-bilden än de mönster som framträtt genom okorrelerade och ibland slumpartade insatser. Enligt Simon Anholt, vars omfattande undersökningar av olika länders status som varumärken, finns det en vanlig missuppfattning att "the image of a country can be built through paid-for communications, through attractive logos and clever slogans. Actually, this is one of the least effective and least reliable ways of communicating the 'national brand'."<sup>1</sup> Betydligt mer effektiv är de sätt som vi här studerat: mötet med svensk visuell kultur, företag som framhåller sin svenskhet och diskussioner i medier och mellan människor i vardagen om Sverige.

När en Anders Zorn, Carl Milles eller Ingmar Bergman skapar och marknadsför sin konst finns förmodligen inga föreställningar om vilka återverkningar det kommer att få på Sverige-bilden. Inte heller när IKEA, Volvo eller Absolut Vodka bearbetar den amerikanska marknaden. Ändå har dessa aktörer haft ett avgörande inflytande på Sverige-bilden i USA. De har inte bara påverkat hur amerikaner ser på oss svenskar och på landet Sverige, de sätter också gränser för vad vi kan göra. Efterföljande svenska konstnärer, filmare och företag blir, vare sig de vill det eller inte, bedömda och begränsade av de etablerade Sverige-bilderna. Och vi som reser, lever eller arbetar i USA måste förstå att Zorn, Milles, Bergman, IKEA, Volvo och Absolut Vodka är en del av vår image. Vad Sverige officiellt, och möjligtvis även demokratiskt, beslutat att visa upp som

*Såsom i en spegel.  
Klänning, Katja  
of Sweden. Foto:  
Svensk Form.*

svenskt i USA, har i det långa loppet haft mycket mindre inflytande på den amerikanska Sverige bilden än vad dessa aktörer har gjort.

Sverige bilden har, som sagts, aldrig varit statisk. När Henry McBride 1932 skriver att det inte finns något introspektivt eller grubblande hos Carl Milles, är det inte bara ett uttryck för hur han uppfattar Milles konst, utan även en avspegling av synen på svensk konst som eklektisk och lättillgänglig.<sup>2</sup> Trettio år senare skulle bilden vara den motsatta. Det krävdes bara ett par filmer av Ingmar Bergman och några negativa reportage i *Time* och *Look* för att Sverige skulle uppfattas som djupsinnets och depressivitetens hemvist på jorden.

En lika dramatisk omsvängning har skett vad gäller Sveriges radikalitet. Från att ha uppfattats som en både pragmatisk och utopisk medelväg på trettioalet (en i sig ganska halsbrytande kombination) framstod Sverige från mitten av femtioalet under de närmaste tjugo åren som hotfullt radikalt. Idag har pendeln slagit tillbaka. Sverige står för stabilitet och trygghet. Inte minst Volvo har givit Sverige en aura av oföränderlig konservatism. "[T]he Swedes aren't generally radical about too many things", skriver *AutoWeek* 2006.<sup>3</sup>

## "Swedish" Mode(rn)

Jag skrev i inledningen till den första delen av detta arbete att jag inte skulle komma att diskutera mode, med undantag för några ord om Katja of Sweden. So here we go. Det påstås ofta att Katja Geiger har haft större genomslag i USA än i Sverige, och att vi på hemmaplan inte har sett hur stor hon är internationellt.<sup>4</sup> Hon var tidigt ute med ett varumärke som direkt pekade mot Sverige (såväl COD som COO), vilket gör henne intressant i detta sammanhang. Noterbart är att varumärket blir enbart "Katja" i slutet av sjuttioalet,<sup>5</sup> vilket följer en generell trend hos svensk industri att sluta framhäva sitt svenska ursprung vid denna tid.

Faktiskt tycks Katja of Sweden från sitt genombrott 1949 följa och förstärka det dominerande receptionsmonstret för svensk visuell kultur, så som vi uppfattat det i denna studie. Nästan omedelbart efter att hon flyttat till New York blev hennes kläder uppmärksammade av varuhuskedjan Lord & Taylor. Hennes första kollektioner hämtar sin inspiration i "traditionella" svenska kläder, men har ett trendkänsligt, samtida uttryck. I en intervju i *Dagens Nyheter* 1950 säger hon sig behöva åka till Sverige för att hämta ny inspiration från svensk handslöjd på

museer.<sup>6</sup> "Amerika älskade allmogeinspirationen", minns hon senare.<sup>7</sup> De starka färgerna i hennes kollektion förklaras i *New York Times* hänga samman med att de är vanliga i bondekulturer.<sup>8</sup>

Katja Geigert lade till bestämningen "of Sweden" i varumärket, tillsammans med tre kronor som emblem, för att uppfattas som svensk.<sup>9</sup> Katja of Swedens showroom var ljusst inrett med skandinaviska möbler, och pressen kopplade samman modet med möbeldesignen.<sup>10</sup>

Katja Geigers första framträdande i USA skedde vid en tid när Ingrid Bergman fortfarande personifierade den naturliga, svenska flickan. Också Katja var "naturligt" vacker, osminkad, och hade sitt blonda hår uppsatt i en hög hästsvans.<sup>11</sup> Hon intervjuades i "Good Morning America" på NBC 1949, och *New York-tidningarna* skrev om henne och hennes kläder.<sup>12</sup> Ofta sågs hon själv vara sina kläders bästa modell.

Intressant är att Katja of Sweden överlevde storhetstiden för både *Swedish Modern* och Ingrid Bergman. Hon fortsatte att vara i framkanten av trendernas och modets växlingar, och designen associerade på sextioalet i mindre utsträckning till skandinaviska traditioner och mer till regionens nya, syndiga image. Som tidigare nämnts var hennes kläder med i *LIFE:s* reportage om det heta och trendiga Sverige 1968. Året dessförinnan hade Saks öppnat nitton "Katja of Sweden Exclusive Shops" i varuhus i USA:s storstäder. Katja Geiger berättar om ett tal hon höll 1967 i samband med öppnandet av Saks "in store shops", som vittnar om det förändrade receptionsmonstret:

Jag [sa] att mina kläder var mycket mjuka, gjorda i Jersey, och att jag såg dem som en andra hud, där vår egen figur skulle komma fram, mjukt och vackert, med en byst utan behå. Varpå de alla föll ihop av skratt och tyckte att jag var helt underbar och inte riktigt klok. Jag blev rödare och rödare om kinderna och sa att även gördeln skulle försvinna, vilket skulle få oss att visa en stjärt som är naturlig. De tyckte jag var så bedårande, oskuldsfull och svensk. [---] När jag satte mig ner, kände jag mig alldeles tillintetgjord. [---] Sedan började mannekängerna komma in, och det gick bra, allting. Efteråt, i diskussionen med journalisterna, var det en från *Time magazine* som begärde ordet: "Det där du sa om behån, jag försäkrar dig att det kommer inte vi som sitter här att uppleva, och inte du heller. Kanske i Sverige för ni måste vara en nation som är kolossalt annorlunda." – "Nej," sa jag, "vi är inte annorlunda. Vi är skapta precis som ni." Orden vållade ny muntherhet.<sup>13</sup>

Trots framgångarna för Katja of Sweden, Marimekko, Vuokko med flera, har kläder och mode aldrig blivit lika starkt förknippat med Skandinavien som möbler. Ett antal tillfällen under femtio- och sextiotalen har

den amerikanska pressen, med sedvanlig faiblesse för nyheter, förklarat att nu ska Skandinavien även bli känt för mode!<sup>14</sup> Även Katja Geiger själv utropas gång på gång som ett nytt spännande inslag från Sverige, vilket pekar mot att, även om hon var välkänd i den amerikanska modevärlden, var hon det inte för den tidningsläsande allmänheten.<sup>15</sup>

## Spårberoende

Katja of Sweden lyckades alltså växla spår, vilket aktualiserar frågan om spårberoende som varit uppe vid flera tillfällen i denna studie. En slagkraftig berättelse kan verka hämmande om de receptionsmässiga omständigheterna förändras. Det gäller förstås även bilden av Sverige. Inte minst kan det vara svårt för det som inte passar in i bilden/berättelsen att bli synliggjort. Den mycket svala receptionen av svensk bildkonst efter Milles kan ses som en pendang till det överväldigande intresset för svensk design. De stora design- och konsthantverksutställningarna gav en förvrängd bild av Sverige som en nation av hantverkare, ointresserade av måleri och skulptur, skrev Leslie Judd Ahlander i *Washington Post* 1962.<sup>16</sup> De sköna konsterna ansågs inte höra hemma i den bondekultur som låg bakom den skandinaviska designen.<sup>17</sup>

Perspektivet i detta arbete har växlat mellan studier av samtida reception och senare tiders historieskrivningar. Det förefaller som att svensk kultur generellt uppmärksammas mer i sin samtid än av historikerna. De estetiska konstarternas historia skrivs inte utifrån vad samtiden ansåg intressant, utan baseras på vad ur historien som från historikerns horisont och samtid tycks framåtsyftande.<sup>18</sup> Som framgått av kapitlet om produktionen av konsthistoriska översiktsverk och historieskrivningen av svensk arkitektur spelar även tid-rumsliga centrum–periferiförhållanden en stor roll i vad som skrivs in, och skrivs om, i historieböckerna.

Det historikerna (inklusive curatorer, gallerister, lärare etc.) ser som intressant är oftast det som sticker upp ovanför mängden, men som ändå befinner sig i linje med historiens huvudsträckning. Alltför udda element sorteras bort för att de är just udda, men huvuddelen av det som exkluderas i historieskrivningen faller bort för att det är för likt det som redan finns med. Att ligga rätt i tiden kan skörda framgångar i samtiden, men ger mer sällan intäkter i historien.

Kulturuttryck som uppfattas som en medelväg sorteras alltså bort just för att de befinner sig mitt på vägen. Det som tas med i historie-



böckerna är det som tar av i en ny riktning, inte det som följer den inslagna vägen. Som en följd av detta beskriver de estetiska konstarternas historia sällan det som var, utan det som borde ha varit. Så, även om "medelvägens estetik" många gånger visat sig vara framgångsrik i sin samtid har den satt få spår i historieböcker och på museer.

Historieskrivningen kan uppfattas som ett slags fördröjd reception, eller reception satt i det större sammanhang som den historiska distansen möjliggör. Men denna metafor missar den betydelse historieskrivningen – i vid mening – har för den samtida och framtida receptionen av svensk visuell kultur. Miljoner amerikaner ser varje år konst-, design-, film- och arkitekturutställningar, läser om visuell kultur i tidningar, tidskrifter och böcker och lyssnar på föreläsningar på museer, bibliotek och universitet. Hur historien framställs formar deras förkunskaper och förväntningar i mötet också med samtida och framtida svensk visuell kultur.

Det stora problemet för svensk visuell kultur i amerikansk historieskrivning är därför inte negativa uppfattningar, eller närvaron av nationella stereotyper som känns mindre smickrande för svenskar, utan den nästan totala anonymitet som omgärdar den. Ingen svensk bildkonstnär, designer eller arkitekt är självklart representerad på översiktliga utställningar eller i historieböcker. Filmintresserade känner antagligen till att Greta Garbo och Ingmar Bergman är svenska, även om intresset för deras personer och verk överskuggar deras härkomst. Saab och Volvo uppfattas än så länge som svenska bilmärken. Men i det stora hela är svensk visuell kultur en vit fläck.

Det ligger ett ansvar på den svenska utlandsrepresentationen att göra Sverige och svensk kultur känd. Jag har tidigare noterat hur Sverige i dessa sammanhang väljer att följa det inslagna spåret och i stor utsträckning anknyta till föreställningar om exempelvis det blonda träet och den sparsmakade, renskalade designen. Under slutskedet av arbetet med denna bok invigdes Sveriges nya ambassad i Washington, ritad av Gert Wingårdh. Det är en byggnad som beställaren, Statens Fastighetsverk, vill ska uttrycka "svenska" värden som öppenhet och transparens, men också visa fram det bästa av svensk arkitektur och design.<sup>19</sup> Med vad som i bästa fall är en ironisk blinkning har Wingårdhs ritat en blond trälåda med stora glasade partier, i linje med Swedish Modern. Vid en närmre inspektion visar sig det blonda träet vara datorgenererat tryck på laminerat glas (med PVB-folie), inte olikt björklaminaten i många av IKEA:s möbler.

Den svenska pressbevakningen av ambassaden har varit omfattande, och som så många gånger tidigare överbetonas i denna det amerikanska intresset. En förhandsartikel i "style"-sektionen av *Washington Post* har stolt citerats av ett antal svenska dagstidningar som exempel på amerikansk uppmärksamhet. Artikeln staplar nästan alla stereotyper om Sverige som tidigare noterats i denna bok: fasaden glittrar som vikingaguld, lyser som Nordic Light och refererar till nordiskt trämåleri. Vit snö, is och de långa svarta nordiska nätterna uttrycks i materialvalen, och besökaren upplever "the uncanny sensation of walking into an Ingmar Bergman film". Interiörerna beskrivs som en "upscale version" av Sveriges välkända inhemska stil, med möbler från IKEA och Bang & Olufsen (sic). Artikeln citerar även den svenska ambassadören som säger att Sverige är ett av få länder som har råd med den öppenhet som arkitekturen uttrycker.<sup>20</sup>

Öppenhet var, som nyss framgick, något som Statens Fastighetsverk önskade i byggnadens uttryck. Sannolikt ville man förstärka vad man uppfattar varit en viktig del av Sveriges image sedan mellankrigstiden. Några år tidigare, när ambassadbygget presenterades första gången, tolkade emellertid Benjamin Forgey i *Washington Post* historien annorlunda. Efter andra världskriget var det amerikanska ambassader som satte arkitektonisk standard för modernitet, optimism och öppenhet, skriver han. Men även nu, i en tid när USA övergått till fortliknande ambassader, kan amerikaner känna stolthet, fortsätter Forgey, eftersom den svenska ambassaden visar att lärdomarna om demokrati och öppenhet fallit i god jord.<sup>21</sup> Sverige framstår alltså som en god förvaltare av amerikanska dygder.

## En blekare nyans av blå-gult?

Att som jag gjort i huvudsak disponera studien kronologiskt kan kanske ge en illusion av att det sedan 1800-talet har funnits en generell kännedom om Sverige under hela perioden, om än med något olikartat utseende? Det råder emellertid ingen tvekan om att flertalet amerikaner är och har varit fullständigt obekanta med såväl Sverige som svensk visuell kultur. De föreställningar om Sverige och svenskhet som vi undersökt har alltid varit minoritetsuppfattningar.

Det är också påtagligt hur nästan varje uppmärksammat svenskt kulturuttryck beskrivits som om Sverige aldrig tidigare framträtt i USA. Det är allt för lätt att som historiker förtränga att glömskeprocesser

ständigt utövar ett hårt tryck, i synnerhet som nya generationer av publik avlöser varandra. Det är ett fåtal som i medvetandet aktualiserar Swedish Modern när de besöker IKEA. Men de finns förstås, och de är inte minst viktiga när de presenterar historiska sammankopplingar och referenser i artiklar och recensioner, eftersom det då vävs starkare associationsmönster. Ett lands närvaro i medvetandet hos ett annat lands befolkning skulle kunna mätas i just sådana associationsvävar och dess utbredning över tid och sociala rum.

Med det sistnämnda syftar jag på skillnader i associationer hos olika befolkningsgrupper. Associationsväven ”svensk visuell kultur i USA” är sannolikt betydligt tätare i exempelvis svenskbygderna i Mellanvästern än i Södern, liksom bland den vita medelklassen jämförd med hispannic arbetarklass. Det finns goda skäl att misstänka att det var ungefär samma befolkningsgrupper som på femtioalet köpte Scandinavian Modern och gick och såg *The Magician*, och som på sextioalet köpte en Volvo eller Saab.

Jag har flera gånger påpekat att man inte bör föreställa sig *ett* Amerika och *en* publik, men tilläggas bör att det Amerika och den publik som vi sett kommit att intressera sig för svensk kultur ändå varit tämligen homogen. Det handlar – för att hårdra det – om vit, collegeutbildad medelklass. För det andra USA existerar inte Sverige.

I del 1 av detta arbete citerades K. J. Bohlin 1893 om att Sverige i USA var synonymt med järn, tändstickor och punsch. Hundra år senare är det kanske Volvo, IKEA och Absolut Vodka. Råvarorna är delvis de samma, förädlingsgraden måhända något högre, men den mest anslående skillnaden är varumärkenas framträdande betydelse.

I de senare kapitlen har diskussionen letts in på varumärkesbyggnad och branding, några av vår tids modeuttryck. Branding gäller i statsmaktens ögon numer också landet Sverige. Paret Wästberg skriver att:

För de flesta amerikaner är Sverige ett vagt begrepp. Men ”Sverige” är i grunden ett varumärke som kan laddas på olika sätt. [---] Vad det handlar om är att stater numera är så mycket mer än en politisk agenda, de har ett varumärke. [---] Den gamla bilden med arktisk kyla och självmord sitter i. Men också midnattssol och välfärdssamhälle. Vad Sverige nu arbetar med är att framställa sig som tekniskt utvecklat och väldesignat. Vilken bild som vinner kan få betydelse också för tyngden i den politiska argumenteringen.<sup>22</sup>

Enligt Simon Anholt är emellertid nationella varumärken ”almost never built on purpose, and never, ever, created through communica-

tions".<sup>23</sup> Trots detta pågår, när denna bok befinner sig i ett slutskede, ett intensivt arbete på Utrikesdepartementet med att "branda" Sverige, med just Anholts undersökningar som inspirationskälla. Tanken är att de svenska utlandsbeskickningarna aktivt ska arbeta med att marknadsföra "varumärket Sverige", och se till att det förknippas med idel positiva egenskaper. Som typiskt svenska egenskaper anges "strävan efter balans" och "stegvis förändring". Sverige™ har "kärnvärden" som "öppenhet", "nyttänkande", "äkthet" och "omtänksamhet", medan den centrala "essensen" är "progressiv".<sup>24</sup> En medelväg mot framtiden.

Hur ser då "varumärket Sverige" faktiskt ut i dag? Det svar som Anholt-GMI fann i sin första "Nation Brand Index" i april 2005 överraskade till och med dem som utfört undersökningen:

Top of our list came Sweden [---]. This country is almost universally admired, and its brand image boasts a rare combination of stable and responsible governance, honest and trustworthy people, successful cultural exports, a prime location for investment, and yet isn't seen as boring or predictable, but young and dynamic. Few other countries manage to maintain such a healthy balance between basic reassurance and a touch of vibrancy, adventure and youthful spirit.<sup>25</sup>

Omdömena om Sverige var inte bara positiva på alla undersökta områden (export, statsskick/regering, investeringar och immigration, kultur och kulturarv, folk samt turism) men många av de tillfrågade hade också en klart uttryckt uppfattning. Topprankningen av Sverige tolkas av Anholt-GMI som ett favoriserande av trygghet och ordning i en kaotisk tid. Denna tolkning är närbesläktad med min beskrivning av Swedish Modern i relation till *Sweden the Middle Way*. Det vanligaste omdömet om den svenska regeringen och även det svenska folket i undersökningen var "trustworthy".

The extraordinary power of Brand Sweden is perhaps not so hard to understand. We are living in dangerous times, faced by new and unimaginable threats and massive political and economic instability. In such times, it is hardly surprising if the nation-brands which people (at least in the West) find most attractive are the ones which seem to communicate stability, reliability, probity, integrity, trustworthiness and social justice. Sweden is, par excellence, the nation brand which stands for these values: it is a still point in a turbulent world.<sup>26</sup>

Anholt-GMI betonar att den positiva bilden av svensk politik inte bygger på faktiska kunskaper:

It is unlikely that many of our respondents would be able to name a member of the Swedish government, or identify the party currently in power: these scores are almost certainly pure brand image and appear to require little substantiation. That Sweden is a wisely and peacefully governed country is, quite simply, a deeply-rooted and universal belief.<sup>27</sup>

Undersökningen genomfördes på 10 000 personer spridda på tio länder däribland USA.<sup>28</sup> Anholt-GMI har varit tillmötesgående och delgivit mig resultatet av undersökningen för endast amerikaners syn på Sverige (1 000 personer).<sup>29</sup> Även i detta material avtecknar sig en tydligt positiv bild av Sverige och svensk internationell politik. De tre mest frekventa adjektiven, bland valbara alternativ, för att beskriva det svenska statskicket/styret (government) är trovärdigt, kompetent och ärligt (trustworthy, competent, honest). Sverige anses vara ett rikt kulturland, främst förknippat med museer, film, popvideor och klassisk skulptur. Samtidigt anges Sverige vara modernt, framåttänkande och ambitiöst. Svenskar anses vara gästvänliga, hårt arbetande, ärliga, intelligenta och pålitliga. En mycket hög andel av amerikanerna uttryckte också en vilja att semestra i Sverige. De tre produktkategorier som främst förknippades med Sverige var banker, bilar och mat – möbler fanns inte bland de valbara alternativen. Lägst ranking fick vapen, olja och keramik. Att banker fick det högsta procenttalet (nästan tjugo procent) tyder på att det finns en faktisk sammanblandning med Schweiz, som inte utgör någon nackdel för Sverige.

Även i senare undersökningar behåller Sverige en tätposition. I den följande kvartalsrapporten hade visserligen Australien, Kanada, Schweiz och Storbritannien lagt sig före Sverige, men Anholts analys betonar ändå "svenskhetsens" betydelse:

It seems that to be a top nation brand, the country needs to be stable, liberal, democratic and Western, with a tendency to neutrality. Australia is the top nation brand perhaps because it is more Swedish than even Sweden itself.<sup>30</sup>

Jag tillhörde dem som blev förvånade över den första undersökningen, och kontaktade Anholt för att diskutera resultaten. Att jag inte var den ende svensken med en bristande tilltro till Sveriges image, framgår av den efterföljande rapporten:

After the first NBI was published, many Swedes expressed surprise that their country was perceived internationally as a kind of Utopia. They asked me how Sweden, a country rife with racial tension and welfare crises, where ministers are assassinated in broad daylight, could possibly be considered to have a good

brand. I was tempted to ask them when they last compared their country to Rwanda, Serbia or Afghanistan, but I suppose that familiarity breeds contempt, and that one tends to be more conscious of the faults than the virtues of one's own country. The Swedes, in any case, have always suffered from what I call Groucho Marx Syndrome (referring to that great man's quip, "I'd never join a club that would have somebody like me for a member"). [---] The only area where Sweden's brand image lacks noticeable power is on the heritage side of culture – an issue which would certainly benefit from closer analysis.<sup>31</sup>

Sverige är det mest framgångsrika av de nordiska länderna, även om alla placerar sig högt. Detta beror, enligt Anholt, på att svenskarna inte är lika ödmjuka som sina grannar. Den svenska ödmjukheten är en myt, förtydligar han. Det må vara att svenskar är uppfostrade att inte skryta, men svenskt företagande håller en hög profil och drar nytta av sitt ursprung (COO).<sup>32</sup>

Det är ett större problem att ha en otydlig PCI än en dålig.<sup>33</sup> Den amerikanska bilden av Sverige är inte heller otydlig – däremot överensstämmer den inte alltid med vad vi svenskar tycker oss veta om vårt land. Trots att få amerikaner kan peka ut Sverige på en världskarta, så ger Sverige dem tydliga, positiva konnotationer. Sammanblandningen med de andra nordiska länderna, och med Schweiz, tycks bara ha gynn-samma effekter på uppfattningen om Sverige från Zorns dagar fram till vår samtid. Och att anses lite konventionell och konservativ har inte heller visat sig vara till någon nackdel, vare sig för svensk design eller Volvo.

Inte heller de ganska stora förändringar i Sveriges PCI som vi sett – från hantverkarland till modern industrination – verkar ha gått ut över trovärdigheten och styrkan hos Sverigebilderna. På ett tämligen konfliktlöst sätt har nya bilder avlöst och överlagrat de gamla. Genom bilden av högkvalitativ ingenjörskonst anas den gedigna hantverkar-nationen.

Den andra, mörka Sverige bilden – svenskarna som tystlåtna, bortkomna, självmordsbenägna suputer i ett statskontrollerat, totalitärt samhälle – har endast under korta perioder tagit överhanden i amerikansk reception. Även under senare tid har motbilder till synen på Sverige som välmående välfärdssamhälle presenterats. Inte minst har amerikanska medier efter den 11 september 2001 funnit intresse i att rapportera om bristande integration av muslimska invandrare i Europa. Jag blev själv riktigt förvånad när jag bland mina studenter i Minneapolis, Minnesota, våren 2006 mötte uppfattningen att också

Sverige var ett land med våldsamma raskravaller och en militant muslimsk befolkning. Jag förmodar att en källa – dock inte den enda – är en artikel i *New York Times* söndagsbilaga, om muslimska invandrare i Sveriges miljonprogramsområden. Två fotografier visar muslimska kvinnor mellan höghusen i Bergsjön, Göteborg. Texten beskriver utanförskapet, rasismen och segregeringen i områden nästan helt utan svenskar. Detta är, enligt *New York Times*, enklaver som hotar välfärds-systemets konsensus och i dessa områden, där inte ens polisen vet vad som händer, finns en grogrund för terrorism.<sup>34</sup>



Länge hade jag en annan arbetstitel på mitt manus: "Mellanmjölkens estetik". Det var inspirerat av Jonas Gardell, som utpekade mellanmjölken som symbol för Sverige. Inte för fet, inte för mager, utan lagom. Det brukar ju också påpekas att lagom är ett ord som inte enkelt låter sig översättas till engelska. Men "mellanmjölk" framstod vid närmare eftertanke som en mindre lyckad metafor än "medelväg".

Naturligtvis är Sverige inget mellanmjölksland. Undersökningar av svenskarnas åsikter avslöjar Jonas Gardells påstående som en myt. Tvärtom är Sverige ett av de mest extrema länderna i världen, när värderingar kring olika livsfrågor kartläggs. När det kommer till synen på miljöförstöring, barns rättigheter, skilsmässa, homosexualitet med mera, intar svenskarna en ytterlighetsposition. USA placerar sig närmre mitten i globala opinionsundersökningar, i synnerhet vad gäller frågor längs axeln "Traditional Values – Secular-Rational Values".<sup>35</sup>

Jag vill inte bidra till mellanmjölksmyten. Ändå måste frågan ställas om inte resultatet av denna bok blir att föreställningen om Sverige som medelvägens eller mellanmjölkens land ytterligare förstärks? Jag hoppas att så inte är fallet. Eftersom detta är en studie av reception har den uppmärksamme läsaren säkert upptäckt att det är USA, inte Sverige, som står i fokus. Det är alltså USA, inte Sverige, som uppträder som präglad av medelvägens eller mellanmjölkens estetik. Det är i Amerika, inte i Sverige, som Swedish Modern skapas; det är amerikaner som uppskattar det som är lagom modernt och som vill ha kultur och produkter anpassade till "the American Way of Life". Och, sanningen att säga, vad kan väl vara mer mellanmjölk än Coca-Cola? En produkt som gjord för att tilltala miljarder människor över hela världen.<sup>36</sup>





## Noter

### VIKINGAR I VINLAND

- 1 Fredrik Svanberg, *Decolonizing the Viking Age 1*, (diss.) Lund 2003, s. 5. "World Civilization" kan översättas på flera sätt till svenska, varav samtliga är problematiska. Världskultur har också betydelsen global kultur. Högkultur implicerar sin motsats (låga, ociviliserade kulturer). Världscivilisation, som jag vid ett par tillfällen sett användas, låter som en anglicism. Dessutom är svenskans "civilisation" ett mer specifikt begrepp än engelskans "civilization".
- 2 Svanberg, 2005, s. 41.
- 3 Medan de nordiska sagorna gör tydliga distinktioner mellan hjältarna baserade på deras regionala ursprung (islänningar, grönlänningar, norrmän osv.) klumpas de i de medeltida klostrens annaler samman under benämningen *wicing*.
- 4 Skapad av James Macpherson 1808.
- 5 Andrew Wawn, *The Vikings and the Victorians. Inventing the Old North in Nineteenth-Century Britain*, Cambridge 2000, s. 121.
- 6 Wawn, 2000, s. 3.
- 7 *Oxford English Dictionary* listar första nedslaget 1807, i G. Chalmers, *Caledonia*, stavat "vikingr".
- 8 Wawn, 2000, s. 80.
- 9 Kastrup, 1985, s. 15.
- 10 Erik Ingvar Thurin, *The American of the Norse. An Episode in Nineteenth-Century American Literature*, Lewisburg 1999, s. 20.
- 11 Barnes, 2001, s. 54.
- 12 Carl Christian Rafn, *Antiquitates Americana sive Scriptores rerum Ante-Columbinarum in America. Samling af de i Nordens Oldskrifter indeholdte Efterretninger om de gamle Nordboers Opdagelsesreiser til America fra det 10 det 14 Aarhundrede*, Edidit Societas Regia Antiquariorum Septentrionalium, Köpenhamn 1837.
- 13 Receptionen av Rafns arbeten diskuteras utförligt av Geraldine Barnes, *Viking America. The First Millenium*, Cambridge 2001. Rafn själv betygade Columbus sin vördnad i *Antiquitates Americana*.
- 14 Barnes, 2001, s. 40–43.

Till källorna.  
Författaren på  
ökenvandring i  
*White Sands, New  
Mexico*. Foto: Lena  
From, 2008.

- 15 Barnes, 2001, s. 46–47. Inskriptionen på *Dighton Rock* uttyddes av Rafns kollega Finnur Magnússon till "Thorfinn och hans 151 följeslagare tog herreväldet över detta land". Stenen finns idag i Dighton Rock Museum, Berkeley, Massachusetts.
- 16 Barnes, 2001, s. 123.
- 17 Jeffrey R. Redmond, *Viking Hoaxes in North America*, New York 1979, s. 19.
- 18 Redmond, 1979, s. 21.
- 19 Barnes, 2001, s. 65. Horsfords engagemang i att förlägga vikingarnas bosättning till Charles River ledde till att han aldrig stödde idéerna om att Newport Tower skulle vara vikingatida. (Philip Ainsworth Means, *Newport Tower*, New York 1942, s. 106–107.)
- 20 Minnesmärket star när Mt Auburn Hospital, i korsningen mellan Mt Auburn Street och Fresh Pond Parkway samt Gerry's Landing Rd. (Gloria Polizzotti Greis, "Vikings on the Charles or, the Strange Saga of Dighton Rock, Norumbega, and Rumford Double-Acting Baking Powder", Needham Historical Society 2004. [www.greisnet.com/needhist.nsf](http://www.greisnet.com/needhist.nsf), tillgänglig 7 februari 2007.)
- 21 Tornet står i en numer förfallen stadspark vid Norumbega Rd, öster om I-95, nära Weston, Massachusetts.
- 22 Janet A. Headley, "Anne Whitney's 'Leif Eriksson'. A Brahmin Response to Christopher Columbus, *American Art*, vol. 17, nr 2, sommaren 2003, s. 40–59; Greis, 2004; Barnes, 2001, s. 67. En lätt omarbetad version av Leif Eriksson visades på världsutställningen i Chicago 1893 (finns idag på National Museum of Women in the Arts, Washington). En replik av statyn finns i Juneau Park, Milwaukee. Den lär bära påtaglig likhet med Ole Bull. Andra exempel på vikingamonument finns i Fairmont Park, Pennsylvania (Þorfinnr Karlsefni) och en målning av Leifr Eiríksson i U.S. Capitol från 1936. Det finns också ett antal mindre utsmyckningar i Boston från sekelskiftet som avbildar vikingar och vikingabåtar. (Greis, 2004.)
- 23 Citerat ur Headley, 2003, s. 50.
- 24 A.a.s. 56.
- 25 A.a.s. 56.
- 26 Ofta påstås felaktigt att det främst var och är skandinaviska immigrantintressen som ligger bakom upptäckten av vikingalämningar runt om i USA. Så även i utställningskatalogen *Vikings. The North Atlantic Saga* (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward), Washington och London 2000.
- 27 Båda citaten från Barnes, 2001, s. 61.
- 28 Columbus hänades i böcker som Aaron Goodrich, *A History of the Character and Achievements of the So-Called Christopher Columbus*, New York, 1874, och vikingarnas insatser lyftes fram. (Se även Rasmus Anderson, *America. Not Discovered by Columbus. An Historical Sketch of the Discovery of America, by the Norsemen in the Tenth Century*, Chicago, 1874.)
- 29 Greis, 2004; Headley, 2003.
- 30 För en utförlig och inträngande diskussion om synen på "foreigners", se Øver-

land, 2000. Först vid tiden för andra världskriget blev synen på många icke-anglosaxiska etniciteter mer tolerant.

- 31 Robert Ellis Cahill, *New England's Viking and Indian Wars*, Salem, MA, u.å., s. 15–16.
- 32 Cahill, u.å., s. 38.
- 33 Jeffrey D. Wagner, "St. Bernard's Church garners award for its replica of Dighton Rock", *The Herald News*, 3 augusti 2006.
- 34 Se exempelvis The Jeppson Family Memorial Stone på Old Swedish Cemetery i Worcester, Massachusetts, avbildad i Eric J. Salomonsson, William O. Hultgren och Philip C. Becker, *The Swedes of Greater Worcester Revisited*, Worcester 2006.
- 35 Salomonsson, 2006, s. 85.
- 36 Øverland, 2000, s. 3–4.
- 37 Se Fredrik Svanberg, samt även Grandien, 1987, s. 82–83. Det förekom även i de skandinaviska immigrantföreningarna att man klädde ut sig i vikingakostymer. (Swanson, 1996, s. 83–84.) Brian B. Magnusson har uppmärksammat mig på en utomhusfest i Tacoma 1894 med kopior av såväl det norska vikingaskeppet från världsutställningen i Chicago året dessförinnan och av John Ericssons *Monitor*. (E-post den 30 oktober 2007.) I etnisk stolthet förenas sålunda tradition och modernitet.
- 38 Under senare tid har Island försökt utmana Norge i att knyta till sig vikingarna som särskiljande, nationell image, inte minst i USA. Som symbol för Sverige har dalahästen blivit alltmer etablerad, och Danmark har gjort bronsåldern till sin nationella epok *per se*.
- 39 Anderson, 1874.
- 40 Som kuriositet kan nämnas att Anderson stödde sig på en kemisk komparativ undersökning av rustningen från skelettet och arkeologiska fynd i Norden utförd av Jöns Jakob Berzelius. (Anderson, 1877, s. 77.)
- 41 Øverland, 2000, s. 155.
- 42 Anderson, 1874, s. 49.
- 43 A.a.s. 63.
- 44 Anderson ger dock kineserna erkännandet att munken Hwei-shin år 499 e.Kr. reste till Mexiko, och att antikens greker och fenicier sannolikt också färdades över haven. Mellan vikingarna och Columbus tog sig även walesarna (prins Madoc 1170) över Atlanten, enligt vissa forskare. Strax efter Andersons *America not discovered by Columbus* utkom flera böcker på temat tidiga upptäckare, bl.a. Charles G. Leland, *Fusang, or the Discovery of America by Chinese Buddhist Priests, in the Fifth Century*, New York 1875, och Benjamin F. Bowen, *America Discovered by the Welsh*, Philadelphia 1876. Intresset har huvudsakligen upprätthållits av amatörforskare, och det finns ett stort antal webbsajter som ägnar sig åt dessa berättelser.
- 45 Joanne M. Mancini, "Discovering Viking America", *Critical Inquiry*, vol. 28, sommaren 2002, s. 882.
- 46 Anderson, 1877, s. 75.

- 47 Birgitta Svensson, *Den omplanterade svenskheten. Kulturell självhävdelse och etnisk medvetenhet i den svensk-amerikanska kalendern Prärieblomman 1900–1913*, (diss.) Göteborg 1994, s. 45.
- 48 Edward N. Saveth, *American Historians and European Immigrants 1875–1925*, New York 1948, s. 202–215.
- 49 Johan A. Enander, *Förenta staternas historia, utarbetad för den svenska befolkningen i Amerika*, bd 1–4, Chicago 1874.
- 50 Johan A. Enander, *Våra fäders sinnelag. Fornnordiska karaktärsdrag tecknade efter den isländska sagolitteraturen*, Stockholm 1894.
- 51 Johan A. Enander, *Nordmännen i Amerika eller Amerikas upptäckt. Historisk afhandling med anledning af Columbfesterna i Chicago 1892–3*, Rock Island, Illinois, 1893, s. 26.
- 52 För en ingående diskussion om denna fråga, se Matthew Frye Jacobson, *Whiteness of a Different Color. European Immigrants and the Alchemy of Race*, Cambridge 1998.
- 53 Johan A. Enander, "Nordmannaminnen i Amerika", *Prärieblomman*, 1903, s. 272–281.
- 54 Mancini, 2002, s. 876–877. Edmund Slafters viktigaste verk i denna genre är *The Discovery of America by the Northmen, 985–1015*, Concord New Hampshire, 1891.
- 55 Wawn, 2000, s. 109.
- 56 Nasjonalgalleriet, Oslo.
- 57 Lovoll 1993 s. 192–193. Skulpturen står i Humboldt Park, är utförd av Sigvald Asbjørnsen (1867–1954), och har texten "Leif Ericson Discoverer of America".
- 58 Iver Kjaer, *Runes and Immigrants in America: The Kensington Stone, The World's Columbian Exposition in Chicago and Nordic Identity*, The Nordic Roundtable Papers, 17 juli 1994, Center for Nordic Studies University of Minnesota, s. 24. Vikingaskepp har härefter seglats över Atlanten vid flera tillfällen. Det senaste storstilade tillfället var år 2000 i samband med 1000-årsjubileet av Leif Erikssons upptäckt av Nordamerika, då tretton vikingaskepp från olika avreseorter korsade Atlanten och den 28 juli 2000 seglade in i L'Anse aux Meadows i Kanada. (*BBC News*, 28 juli 2000.)
- 59 Wawn, 2000, s. 325.
- 60 Kjaer, 1994, s. 23.
- 61 George Bancroft, *History of the United States From the Discovery of the American Continent*, bd 1–10, Boston 1834–75. Bancroft avfärdar inte möjligheten att nordmän rest till Nordamerika, men väl de argument som förts fram och användningen av de isländska sagorna som källor. (Bancroft, bd 1, 21:a utgåvan 1866, s. 5–6.)
- 62 Mary Wilhelmine Williams, "The Vinland Sagas and the Historians", *The American-Scandinavian Review*, vol. 11, januari 1923, s. 42–45. Williams text innehåller en genomgång av ett antal verk om amerikansk historia rörande vinlandsagorna. Se även Bancroft, 2001, s. 47–48.

- 63 Richard Hildreth, *The History of the United States of America, From the Discovery of the Continent to the Organization of Government Under the Federal Constitution*, bd 1–6, New York, 1849–52.
- 64 Jesse Ames Spencer, *History of the United States. From the Earliest Period to the Administration of James Buchanan. Illustrated With Steel Engravings, From Original Pictures by Leutze, Weir, Powell, Chappel and Other American Artists*, New York 1858.
- 65 Benson John Lossing, *Our Country. A Household History of the United States For All Readers, From the Discovery of America to the Present Time*, New York 1894. Hos Lossing heter Leif Eriksson genomgående "Lief".
- 66 William Cullen Bryant och Sydney Howard Gay, *A Popular History of the United States, From the First Discovery of the Western Hemisphere by the Northmen, to the End of the First Century of the Union of the States*, London 1876–81.
- 67 "The Northmen had a genius for discovering new countries by accident..." (Bryant & Gay, 1876, s. 36.)
- 68 Lossing, 1894, s. 1.
- 69 A.a.s. 6.
- 70 Bryant & Gay, 1876, s. 49.
- 71 A.a.s. 52.
- 72 Edward Channing, *A History of the United States*, bd 1–6, New York 1905–25.
- 73 Edward Channing, *A Short History of the United States for School Use*, New York 1908, [www.gutenberg.org/etext/12423](http://www.gutenberg.org/etext/12423), tillgänglig 8 augusti 2006.
- 74 Uppgifter om antal i Birgitta Linderöth, Wallace och William W. Fitzhugh, "Stumbles and Pitfalls in the Search For Viking America", *Vikings. The North Atlantic Saga* (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward), Washington och London 2000, s. 369. Det finns på andra håll betydligt högre uppskattningar, exempelvis över 200 förtöjningshål enbart i Minnesota, Iowa och South Dakota.
- 75 Johannes Hertz, "The Newport Tower", *Vikings. The North Atlantic Saga* (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward), Washington och London 2000, s. 376. En rapport baserad på utgrävningar 2006–7 ska publiceras 2008. (Jan Barstad, *The Newport Tower Project. An archeological investigation into the Tower's past*, Chronognostic Research Foundation Inc. 2007.)
- 76 Därtill finns många andra mer eller mindre fantasifulla belägg för att tornet är vikingatida, exempelvis de runinskrptioner som två besökande norska arkeologer upptäckte på tornets insida 1946. (Cahill, u.å., s. 16.)
- 77 Barstad, 2007, s. 13–15.
- 78 Wawn, 2000, s. 8; Barnes, 2001, s. 67–68. Vikingamotiv var vid tiden frekventa i tidskriften *The Studio*, och förekommer även hos konstnärerna Walter Crane och George Frederic Watts. (Margareta Rossholm [Lagerlöf], *Sagan i nordisk sekelskifteskunst. En motivhistorisk och ideologisk undersökning*, (diss.) Stockholm 1974, s. 223–224.)
- 79 Morris möbler har skingrats. Interiörerna ersattes av marmor och förgyllningar

för att mäta sig med Vanderbilts "The Breaker", en kort sträcka söder om "Vinland". Cranes väggmålning såldes på auktion av Salve Regina College. Fönstren förvärvades av Louis C. Tiffany. Ett av dem, "The Viking Ship" finns numer på Delaware Art Museum.

- 80 Målningen är signerad och daterad, men det går inte att med säkerhet utläsa årtalet på reproduktionen i *Prärieblomman*.
- 81 Det är okänt var Hasselgrens målning idag finns. Jag har huvudsakligen sökt efter den i miljöer med anknytning till skandinavisk immigration. Källäget om Albinus Hasselgren lämnar också mycket att önska. Det finns en kort artikel av Otto Robert Landelius i *Svenskt konstnärslexikon. Tiotusen svenska konstnärers liv och verk*, Malmö 1957, bd 3, s. 61, men ingen extra information på Dokumentationsarkivet för svensk konst i Lund. Emigrantinstitutet i Växjö har en handskrivnen, odaterad biografi, inlämnad av Elfrida Ewerlöf, Västerås. Enligt uppgift är den skriven av hennes syster.
- 82 "Eiríkr byskup af Grænlandi fór at leita Vínlands", ur *Konungsannáll för år 1121*. (Barnes, 2001, s. xiii.)
- 83 Carl Christian Rafn, *Americas Opdagelse i det tiende Aarhundrede, efter de nordiske Oldskrifter*, Köpenhamn 1841, s. 51. Rafns analys baserades på fyra teckningar av tornet som reproduceras i boken utförda av den engelske arkitekten Frederick Catherwood, inte minst känd för sina studier av Mayatempel.
- 84 Luka Jelič, "L'Évangélisation de l'Amérique avant Christopher Colomb", ursprungligen ett föredrag vid en katolsk kongress i Paris 1891 där han ytterligare utvecklade Vinlandskolonins öde, översatt och kommenterar som "The Evangelization of America Before Christopher Columbus", *NEARA Journal*, vol. 40, nr 2, s. 36–41. Berättelsen om Gnúpsson finner också stöd i den danske diktaren Claus Christophersen Lyschanders (1558–1624) *Den grønlandske Chronica*, som dock är av ett långt senare datum (1608): "Oc Erich paa Grønland lagde haande oppaa / Plandtet paa Vjnland baade Folck oc Tro" (Claus Christophersen Lyschander, *Lyschander's Digtning. 1, Tekst*, København 1989, s. 152.) Jelič kan också ha haft en roll i tillkomsten av den så kallade Vinlandkartan. (Barnes, 2001, s. 75–78.)
- 85 Enander, 1893, s. 18. Uppgifterna om Jón (eller Jonus) bygger på en äldre fel-läsning av *Hungrvaka* där "Vindland" (Wendland, Pommern) uppfattas som "Vinland". (Barnes, 2001, s. 72.)
- 86 Enander, 1903, s. 280.
- 87 Det var för övrigt inte det enda vattentorn i trakterna som vid tiden rests med Newport Tower som inspirationskälla. Det finns även ett i Newport avbildat i Means, 1942, planch 25. Båda tornen är idag rivna.
- 88 Se exempelvis Charles Sprague Smith, "The Vinland Voyages", *Journal of the American Geographical Society of New York*, vol. 24, 1892, s. 534.
- 89 Runskriften har tolkats på flera sätt. Historiska museet i Stockholm presenterade denna möjliga uttydning i samband med en utställningen av runstenen 2003: Bredsidan: "Åtta göter och tjugotvå norrmän på (den?) upptagelsefärd (= upp-

odlings- eller plundringsresa) Vinland i? Väst. Vi hade läger vid två... en dagsresa norrut från denna sten. Vi var och (= för att) fiska en dag. Efter (att) vi kom hem fann vi tio man röda av blod och död. Ave Maria. Fräls ifrån ondo." Smalsidan: "(Det) är tio man vid havet för att se efter våra skepp fjorton dag(ars) resa från denna ö. År 1362." (8:göter:ok:22:norrmen:po:oppagelsefarþ:frovinlanþ:of:vest:vi:haþe:läger:veþ:2:skylar:en:þags:rise:norr:fro:þeno:sten:vi:var:ok:fiske:en:þagh:þtir:vi:kom:hem:fan:10:man:röþe:af:bloþ:og:þeþ:AVM:fræelse:af:illu://har:10:mans:we:hawet:at:se:þtir:wore:skip:14:dagh:rise:from:deno:öh:ahr:1362:)

90 Kjaer, 1994, s. 18.

91 Identifikationen med vikingarna har även gett upphov till en omvänd identitet hos forskare i och från Minnesota, som betonar hur de tagit avstånd från sin omgivning eller sin barndoms tro på Kensington stenen. Retoriken kan påminna om den hos personer som lämnat religiösa sekter. "I was growing up in Minnesota, a land inhabited by Norsemen, almost all of whom were firm Kensington Rune Stone believers. So it seems that I could not escape my ultimate fate", skriver till exempel arkeologen Stephen Williams, *Fantastic Archeology. The Wild Side Of North American Prehistory*, Philadelphia 1991, s. 1.

92 Utställningens status som världsutställning är tveksam. Den hölls i Flushing Meadows i Queens, liksom världsutställningen 1939–40, till minne av britternas seger över holländarna 1664. Men den fick aldrig officiell världsutställningsstatus bland annat eftersom USA haft en världsutställning i Seattle 1962. 36 länder reste egna paviljonger, däribland Sverige, men stora delar av Europa uteblev, inklusive hela östblocket.

93 Enligt information på The Runestone Museum. *Big Ole* har flyttats två gånger på grund av vägarbeten och renoverats ett flertal gånger. Från början stod han mitt på Broadway i Alexandria.

94 Informationsskylt på Runestone Museum, noterat den 6 oktober 2005.

95 Minnessten i Kensington Runestone Park, noterat den 6 oktober 2005.

96 Sammanblandningen görs exempelvis av Linderoth, Wallace och Fitzhugh, 2000, s. 379.

97 Linderoth, Wallace och Fitzhugh, 2000, s. 380.

98 Jim Coogan och Jack Sheedy, *Cape Cod Companion. The History and Mystery of Old Cape Cod*, kapitel 1, East Dennis, Massachusetts, 1999.

99 Kjaer, 1994, s. 47.

100 Till senare fynd hör tre runstenar i Spirit Pond, Maine, upptäckta 1971, liksom en ny (i ordets alla bemärkelser) runsten i Kensington, Minnesota 2001.

101 Också känd som *Indian Rock*. Namnet "The Heavener Runstone" fick den av Gloria Farley på femtitalet, som också var den drivande kraften bakom att inrätta en State Park där den står. (Gloria Farley, *In Plain Sight. Old World Records in Ancient America*, Columbus, Georgia, 1994.)

102 Farleys tolkningar av amerikanska fynd inkluderar inskriptioner av runor, hieroglyfer och en lång rad forntida alfabet från Europa, Medelhavet, Mindre

Asien och Afrika, liksom även bilder som hänvisar till gamla civilisationer och deras närvaro i Nordamerika. (Farley, 1994.)

- 103 [www.kotv.com/okt/runestones.asp](http://www.kotv.com/okt/runestones.asp), tillgänglig 3 augusti 2005. [www.sunnyway.com/runes/americanstones.html](http://www.sunnyway.com/runes/americanstones.html), tillgänglig 2 september 2005.
- 104 Redmond, 1979, s. 22.
- 105 Øverland, 2000, s. 183.
- 106 A.a.s. 229.
- 107 Douglas McNaughton, "A World in Transtion. Early Cartography of the North Atlantic", *Vikings. The North Atlantic Saga*, (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward), Washington och London 2000, s. 257–267.
- 108 En genomgång och diskussion av "den kulturhistoriska motivkretsen" finns i Jöran Mjöberg, *Drömmen om sagatiden*, bd 1, Stockholm 1967, s. 48–97.
- 109 Ole Högberg har forskat i flugsvampens kulturhistoria (Ole Högberg, *Flugsvampen*, Stockholm 2004.) och använder H. G. Wells novell "The Purple Pileus" (1896) för att visa att engelskspråkiga läsare omkring år 1900 förutsattes känna igen berättelserna om hur vikingarna blev vilda av att äta flugsvamp. Kopplingen mellan giftsvamp och bärsärkagång görs första gången 1784 i en uppsats av Samuel Ödman: *Försök, at utur Naturens Historia förklara de nordiska gamla Kämpars Berserka-gång*. Källmaterialet är dock tunt. Bärsärkar omnämns visserligen tämligen ofta i fornnordiska skrifter, men det finns inga belägg för att de skulle ha ätit flugsvamp i någon form. De kännetecknas av fem egenskaper: "För det första så vrålar och ylar en bärsärk som Fenrisulven själv. För det andra biter han i kanten av sin sköld. För det tredje är han onormalt stark. För det fjärde tål bärsärken både eld och glöd. Och för det femte så biter inte järn på honom, det vill säga han låter sig inte hejdas med vapen och känner ingen smärta." (A.a.s. 54.)
- 110 Caspar David Friedrich och Johan Christian Dahl var sannolikt de som lade grunden för denna bildtradition.
- 111 Statens Historiska Museum, Stockholm, inventarie nr 8656.
- 112 "For they had helmets on their heades facioned like wilde beastes neckes, and straunge bevers or busses to the same, and ware on their helmets great high plumes of feathers, as they had bene wings: which to sight made them appeare taller." (Plutarchos 3 – 388, [www.stoics.com/plutarch\\_3.html](http://www.stoics.com/plutarch_3.html), tillgänglig 4 oktober 2005.)
- 113 "Their helmets have large figures on top -- horns which form a single piece with the helmet, or the heads of birds and four-footed animals -- which give an appearance of added height to the warrior." (Diodorus Siculus §30, [www.kernunos.com/culture/warriors/lit.html](http://www.kernunos.com/culture/warriors/lit.html), tillgänglig 4 oktober 2005.)
- 114 Exempelvis Viksø-fyndet från Danmark som dateras till 800–400 f.Kr. Det finns även keltiska fynd som en liten hjälm på British Museum, funnen vid Waterloo bridge och daterad till 150–50 f.Kr.
- 115 David M. Wilson, *Vikings and Gods in European Art*, Moesgård Museum, Højbjerg, 1997, s. 9.



- 116 Fynden stals och smältes ner 1802 men det finns äldre avbildningar samt nya repliker av dem. (Se Carl Fredrik Meinander, "Vikingahjälmen i saga och sanning", *Bland böcker och människor. Bok- och personhistoriska studier till Wilhelm Odelberg den 1 juli 1983*, Uddevalla 1983, s. 258.)
- 117 Hällristningarna uppfattades vid mitten av 1800-talet som vikingatida. I Axel Holmbergs spridda verk om de bohuslänska hällristningarna kan vi läsa att "[d]e nordliga Germanerne brukade såsom stridshjelm hufvudhuden af oxar, med hornen qvarsittande, för att genom sitt sålunda afskräckande utseende injaga fruktan hos fienderna." (Axel Holmberg, *Skandnaviens hällristningar*, Stockholm 1848, s. 59.)
- 118 Wilson, 1997, s. 51.
- 119 "En ovan vördnad intog Frithiofs stolta själ, och örnevingarna på hjelmen sänktes djupt inför den gamle" (ur "Försoningen", *Frithiofs saga*.)
- 120 Meinander, 1983, s. 262–263.
- 121 Esaias Tegnér, *Fritiof's Saga, A Legend of the North*, London och Stockholm 1839, s. iii. Förutom Tegnér's epos innehåller bandet hans inspirationskälla, Friðþjófs saga, i översättning av Carl Christian Rafn, en biografi över Tegnér av F. M. Franzén, en beskrivning av Ingeborgs armring av Bror Hildebrand, samt en introduktion till diktsviten av Tegnér själv.
- 122 Gravyerna utfördes av Johan Zacharias Blackstadius (1816–98).
- 123 Wawn, 2000, s. 123.
- 124 Se exempelvis bild från maskerad 1869 i Nordiska Museets ägo, reproducerad i *Vikings. The North Atlantic Saga*, 2000, s. 361.
- 125 Wilson, 1997, s. 62.
- 126 Tuneskeppet hade visserligen grävts ut redan 1867 men eftersom det var i dålig kondition stimulerade det inte fantasin på samma sätt som det ytterst välbevarade Gokstadskeppet. Välbevarat är också Osebergskeppet som grävdes ut 1904.
- 127 Rossholm, 1974, s. 224–225.
- 128 Elisabeth I. Ward, "Reflections of an Icon", *Vikings. The North Atlantic Saga* (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I Ward), Washington och London 2000, s. 366.
- 129 Ward, "Reflections...", 2000, s. 367.
- 130 Wawn, 2000, s. 321.
- 131 Citerat ur Wawn, 2000, s. 322–323; Ballantyne, 1869, s. 52.
- 132 O[liver] A L-r [Linder], "Liljecrantz, Ottilie", *Nordisk Familjebok*, bd 16, Stockholm 1912, spalt 509.
- 133 Margaret West (1872–1952) hade varit elev till William Chase på the Art Student League i New York. Efter fortsatta studier i Paris och Boston flyttade hon till Chicago där hon öppnade egen ateljé i Art Institute. 1910 gifte hon sig med sin elev Troy Kinney (1871–1938). Tillsammans gjorde de illustrationer för tidsskrifter som *Century*, *Saturday Evening Post*, och *Harper's Bazaar*, liksom till flera böcker.

- 134 Ward, 2000, s. 369.
- 135 "Kennedy's tragedy "The Winterfeast", *New York Times*, 20 december 2007.
- 136 En tämligen utförlig redogörelse för handlingen finns i: "The Viking's Daughter", *The Moving Picture World*, 1 augusti 1908, s. 92.
- 137 En kort beskrivning av *The Viking's Bride* finns i *The Moving Picture World*, januari 1908, s. 45.
- 138 Lunde, 2003, s. 26. Filmen visades där tekniken fanns med ljud. (Se "The Viking", *Variety*, 5 december 1928, s. 12.)
- 139 Liksom till den besläktade Douglas Fairbanks filmen *The Black Pirate*. Både *The Vikings* och *The Black Pirate* hade svensken Carl Oscar Borg som art director. (Lunde, 2003, s 31.)
- 140 A.a.s. 28.
- 141 A.a.s. 38.
- 142 Mordaunt Hall, "The Screen. A Picture in Colors", *The New York Times*, 29 november 1928. Halls vikingaintresse tycks inte ha varit särskilt stort för han benämner genomgående huvudpersonen "Lief".
- 143 "The Viking", *Variety*, 5 december 1928, s. 12.
- 144 Göran R. Buckhorn, "Nordic Rowing Goes Hollywood", *Roddmagasinet*, mars 2004, [www.rowinghistory.net/vikings.htm](http://www.rowinghistory.net/vikings.htm), tillgänglig 15 augusti 2005. Skeppen kopierade till och med avståndet mellan årtullarna med det resultatet att bara varannan årtull kunde användas efter som skådespelarna uppenbarligen var mer storvuxna än sina vikingatida kollegor.
- 145 Bosley Crowther, "Screen: Norse Opera", *New York Times*, 12 juni 1958.
- 146 Exempelvis gav amerikanskan Vivian J. McGill 1930 ut biografien *The Bedeviled Viking* där August Strindberg, som titeln antyder, framställs som en anfäktad viking, med sina rötter i fornnordisk kultur och mytologi.
- 147 Se annons i *The American Swedish Monthly*, november 1949, s. 24.
- 148 Produktblad i SSA Svensk Form F3H:23, mapp: Boston 1958.
- 149 *Saab gift articles* 1968, artikelnummer 14156 och 14164. (KB okat.)
- 150 *Saab gift articles* 1975, artikelnummer 143594 och 143602. (KB okat.)
- 151 *Publicity gifts from Volvo*, [1985]. (KB okat.)
- 152 Mancini, 2002, s. 868–907.
- 153 A.a.s. 883.
- 154 *Smithsonian year 2000. Annual Report*, Washington 2001, s. 16.
- 155 Mancini, 2002, s. 887.
- 156 Dialogen citerad från IMDB, tillgänglig 8 december 2007.
- 157 Serien har en imponerande spridning: fler än 1 900 tidningar i 58 länder, på 13 språk.
- 158 Mattias Gardell, "Vargavinter i Vinland. Rasmystik, identitetspolitik och modern asatro i Förenta staterna", *Myter om det nordiska. Mellan romantik och politik*, (red. Catharina Raudvere, Anders Andrén och Kristina Jennbert), Lund 2001, s. 154.

- 159 Ward, "Reflections of an Icon", 2000, s. 373.
- 160 2007 beslutade Minnesota Vikings att istället för Ragnar använda ett slags stor uppstoppad viking-docka, med en likartad utformning som de maskotar alla övriga lag i NFL använder. Ragnar har dock fortfarande en stor supporterskara.

#### MÄNSKLIG MODERNISM

- 1 Henry-Russell Hitchcock, *Architecture. Nineteenth and Twentieth Century*, London 1958, s. 398.
- 2 När Alfred H. Barr 1932 demonstrativt markerar de pseudomoderna byggnader som är mest kända i USA inkluderar han Ivar Tengboms Konserthus i Stockholm. (Alfred H. Barr, "Preface", i Henry-Russell Hitchcock och Philip Johnson, *The International Style*, New York och London 1995 [New York 1932], s. 28); Jämför Pevsner: "...what made Swedish architecture all of a sudden famous in the whole of Europe was not the classicist contribution but the delightfully free and subtle eclecticism of the Stockholm Town Hall by Ragnar Östberg (1866–1945). (Nicolaus Pevsner, *An Outline of European Architecture*, 7:e uppl., London 1974, s. 411.)
- 3 Ragnar Östberg, "Contemporary Swedish Architecture", *Architectural Record*, vol. 25, nr 3, mars 1909, s. 169–173, plus redaktionell kommentar på s. 173–178. Östbergs text hade tidigare varit publicerad i *Auswahl Von Schwedischer Architektur Der Gegenwart*, Stockholm 1908.
- 4 *Architectural Record*, vol. 25, nr 3, mars 1909, s. 177.
- 5 Kineton Parkes, som vi råkat på i samband med Milles, skrev en lång och hänförd artikel om Ivar Tengbom i engelska *Apollo* 1930, i vilken han utropade Sverige till "the headquarters of the European architecture of today". Även Östberg, Lallerstedt och Tengbom omnämns. (Citerat ur Glambek, 1997, s. 95; *Apollo*, vol. 12, 1930.)
- 6 Glambek, 1997, s. 64–65.
- 7 A.a.s. 65.
- 8 J. Murray Easton, "The Stadshus at Stockholm", *Architectural Review*, vol. 55, januari 1924, s. 1–8. Som i flera andra fall som vi studerat, föreligger här en komplex relation mellan image och självbild. Samma grundton som i Eastons artikel återfinns i Melchior Wernstedt, "The Stockholm City Hall", *The Studio*, årg 90, oktober 1925, s. 203–209. Melchior Wernstedt (1886–1973) innehade den första professuren i arkitektur på Chalmers, Göteborg.
- 9 Rudberg, 1999, s. 182–183.
- 10 Glambek, 1997, s. 66; Yerbury i Hakon Ahlberg, *Swedish Architecture of the Twentieth Century*, Stockholm 1925, s. v.
- 11 H. R., "Achievements of Ragnar Ostberg", *Journal of the American Institute of Architects*, vol. 15, nr. 6, juni 1927, s. 192–205.
- 12 Kastrup, 1985, s. 35.
- 13 S[tanley] R[ussel] McCandless, "City Hall, Stockholm, Sweden", *Architecture*, vol. 49, nr 2, februari 1924, s. 50.

- 14 "Modern Details. The Blue Hall in the Stadshus at Stockholm", *Architectural Review*, vol. 60, november 1926, s. 204–205.
- 15 Glambek, 1997, s. 64.
- 16 Melchior Wernstedt, "The Royal Gold Medal till Ragnar Östberg", *Byggmästaren*, vol. 5, nr 22, 1926, s. 261–262; Richard Guy Wilson, "Ragnar Östberg: Evolving Out Of Eclecticism", *AIA Journal*, vol. 71, nr 9, augusti 1982, s. 53.
- 17 Edwin Bateman Morris, "What Buildings Give You a Thrill?", *AIA Journal*, vol. 10, nr 6, december 1948, s. 273. Frågan löd: "Views upon the subject of architectural beauty vary, yet there are fundamental things which neither time nor current opinion seem wholly to change. Buildings come into being which, whatever their spirit and style, possess an ageless, timeless quality of perfect architectural diction; which may therefore be said to be Architecture. Would you list below five buildings which, to your eye and heart, come as nearly as may be in the above category." (A.a.s. 273.)
- 18 *Swedish Architectural Exhibition In Connection With the 46th Annual Exhibition of the Architectural League of New York. Published In Conjunction With an Exhibition in New York, April 18–25, 1931*, [Sweden-America Foundation, Svenska arkitekters riksförbund, American-Scandinavian Foundation, Architectural League of New York. New York 1931].
- 19 "Architects Show Modern Trends In Exposition", *New York Herald Tribune*, 18 april 1931.
- 20 "Vår arkitektur visas i Newyork", *Stockholms Dagblad*, 24 januari 1931, samt "Hedersvärv för Sverige i Newyork", *Stockholms-Tidningen*, 24 januari 1931. (Båda i UD:s tidningsklippsamling, serie 2, vol. 1101, RA.)
- 21 "40 svenska arkitekter till USA", *Svenska Dagbladet*, 2 mars 1931, samt Alin, 1931. (Båda i UD:s tidningsklippsamling, serie 2, vol. 1101, RA.)
- 22 "Enhetligt" enligt Knud Bolander, och "monotont" enligt Hans Alin. Grey [Knud Bolander], "Arkitekterna göra lycka i Newyork", *Svenska Dagbladet*, 19 april 1931; Hans Alin, "Svenska arkitektutställningen", *Nordstjärnan*, 23 april 1931. (Båda i UD:s tidningsklippsamling, serie 2, vol. 1101, RA.)
- 23 Besökssiffror enligt de verkställande direktörerna för biennalen Walter T. Sweatt och Charles H. Green. ("Architects' Show Visited by 100 000", *New York Times*, 26 april 1931. UD:s tidningsklippsamling, serie 2, vol. 1101, RA.)
- 24 "New York öppnar utställningen av arkitektur", *Dagens Nyheter*, 19 april 1931; Alin, 1931. (Båda i UD:s tidningsklippsamling, serie 2, vol. 1101, RA.)
- 25 "New York öppnar utställningen av arkitektur", *Dagens Nyheter*, 19 april 1931.
- 26 Enligt Bolander, 1931.
- 27 Edward Alden Jewell, "Architectural League", *New York Times*, 19 april 1931.
- 28 Eugene Clute, "How Yesterday Made Possible Today's Swedish Architecture", *The American Architect Magazine*, vol. 140, nr 2598, augusti 1931, s. 98.
- 29 Clute, 1921, s. 100.
- 30 Tournikiotis, 1999, s. 2. Originallets kursiveringar.

31 Behrendts *Modern Building...* publicerades på engelska i USA och vände sig framförallt till en amerikansk läsekrets. Behrendt räknar sig själv till den tyska filosofiska traditionen och nämner i förordet särskilt Hugo Häring's *Philosophy of Forms* som en viktig inspirationskälla. En enda svensk arkitekt diskuteras i huvudtexten. Det är föga överraskande Ragnar Östberg, vars Stockholms stadshus beskrivs som det mest lysande exemplet på modern eklekticism. (Walter Curt Behrendt, *Modern Building, Its Nature, Problems, and Forms*, New York 1937, s. 32.) Längre fram i framställningen (bildinlaga mellan s. 226 och 227), i samband med en diskussion om modernt bostadsbyggande, reproduceras silon på Kvarnholmen (1927, med Wallander felaktigt uppgiven som arkitekt; Jämför Lisa Brunnström, *Det svenska folkhemsbygget. Om Kooperativa Förbundets arkitektkontor*, Stockholm 2004, s. 123.). Någon diskussion om svensk arkitektur förs emellertid inte, och fotografiet tycks snarast representera en modern byggnadstyp. Den enda svenske arkitekt som nämns i brödtexten är Östberg, som exempel på "modern eclecticism". (A.a.s. 32.)

32 Den schweiziske arkitekturhistorikern Siegfried Giedions (1888–1968) *Space, Time and Architecture* har varit en mycket spridd och använd arkitekturhistoria sedan första utgåvan 1941 och långt fram under postmodernismen. Giedion var elev till Wölfflin lät sig tydligt inspireras av lärarens synsätt i sin egen forskning. Någon arkitekturhistoria utan arkitekter är *Space, Time and Architecture* dock inte. Med viss rätt kan man emellertid kalla den en arkitekturhistoria utan svenska arkitekter.

Som generalsekreterare i CIAM 1928–54 verkade Giedion för spridandet av den modernistiska arkitekturen. Antagligen uppfattade han Asplund som en alltför oren modernist för att kvala in i *Space, Time and Architecture*. Detsamma gäller sannolikt även övrig svensk modern arkitektur. Däremot har Finland en stor plats hos Giedion. Aalto ägnas ett eget kapitel från och med 1949 års utgåva, och även andra finska arkitekter diskuteras, i synnerhet Eero Saarinen. Först i den femte utgåvan av boken, 1967, ett år före Giedions död, omnämns Asplund kortfattat, och då karaktäristiskt nog endast som lärare till Jørn Utzon, som fått ett eget kapitel. Asplunds förnamn är dessutom felstavat. "Gunner" istället för "Gunnar". (Siegfried Giedion, *Space, Time and Architecture*, 5:e utgåvan, Cambridge 1967, s. 672.) Sven Markelius nämns vid namn i samband med projekteringen av FN-byggnaden i New York. (A.a.s. xxxii.)

33 I Italien hade Bruno Zevi redan 1948 publicerat sin monografi *Erik Gunnar Asplund*. Zevi är den ende av de här behandlade arkitekturhistorikerna som vid denna tidpunkt utförligt diskuterar den traditionella arkitekturen och Asplund. Han befinner sig i en intressant position, det post-fascistiska Italien, som säkerligen påverkar hans syn på annan, ur modernistiskt perspektiv, ambivalent arkitektur.

Av intresse i detta sammanhang är även Catherine Bauers *Modern Housing* 1934, som fokuserar på modernt bostadsbyggande och stadsplanering. Hon kon-

trasterar den i hennes ögon usla situationen i USA – det finns inget som överhuvudtaget kan kallas ”modern housing” där, slår hon inledningsvis fast – mot utvecklingen i Europa under mellankrigstiden, där inte minst Tyskland får stort utrymme. Sverige har en undanskymd plats i boken även om det finns ett par fotografier av modern bostadsarkitektur i Stockholm och Göteborg. Stockholmsutställningen visade fram ett dussin hus och lägenheter med experimentell design och konstruktion, skriver Bauer, med det enda område där Skandinavien förnyat konstruktionsteknikerna genom rationellt byggande är i trähus för förstäder samt lantställen. (Catherine Bauer, *Modern Housing*, Boston och New York, 1934, s. 209.)

- 34 ”The Age of Romanticism. The New Tradition. The New Pioneers”, Henry-Russell Hitchcock, *Modern Architecture. Romanticism and Reintegration*, New York 1929.
- 35 Hitchcock, 1929, s. 199.
- 36 A.a.s. 147. Hitchcock konstaterar att det svenska inflytandet på engelsk arkitektur har varit stort. (A.a.s. 148.) Sigfrid Ericson omnämns i förbigående, dock utan att vare sig hans förnamn nämns eller hans arkitektur exemplifieras. (A.a.s. 153.)
- 37 Hitchcock, 1958, s. 380.
- 38 Tournikiotis, 1999, s. 126.
- 39 Pennsylvania Museum of Art, Philadelphia; Wadsworth Atheneum, Hatford, Connecticut; Sears Roebuck, Chicago, Illinois; Bullock’s-Wilshire, Los Angeles, California; Buffalo Fine Arts Academy and Albright Art Gallery, New York; Cleveland Museum of Art, Ohio; Milwaukee Art Museum, Wisconsin; Cincinnati Art Museum; Memorial Art Gallery, Rochester, New York; Worcester Art Museum, Massachusetts; Currier Gallery of Art, Manchester, New Hampshire; Toledo Museum of Art, Ohio; Fogg Art Museum, Cambridge, Massachusetts; Dartmouth College, Hanover, New Hampshire. (Riley, 1992, s. 222.)
- 40 Riley, 1992, s. 9.
- 41 Kårhuset anges vara ”succesfull architecture save for the thickness of the wooden windows and wall clappings”. (Henry-Russel Hitchcock, *The International Style*, New York 1932, s. 175.) Kvarnholmen går i katalogen under sin äldre beteckning ”Hästholmen” och arkitekten anges vara Elias Svedberg. (A.a.s. 220–221.)
- 42 Riley, 1992, s. 77. Bredden på fotona varierade mellan 11 och 30 tum, dvs. cirka 28 – 76 cm.
- 43 Min beräkning efter rekonstruerad utställningsplan i Riley, 1992, s. 68.
- 44 Mies van der Rohe tilldelades dock en viktigare position än Walter Gropius på utställningen, förmodligen som ett resultat av Philip Johnsons preferenser. Johnson anlidade vid denna tid Mies van der Rohe som inredningsarkitekt för sin våning på Manhattan.
- 45 Rykten om att den höga andelen amerikanska arkitekter skulle vara ett resultat av påverkan från museets styrelse eller bidragsgivare, avfärdas bestämt av Terence Riley. Trion var inte heller på något sätt fientligt inställd till Europa, eller i andra sammanhang känd som pro-amerikansk. (Riley, 1992, s. 40.) Utställning-

en avspeglar snarare taktiska och propagandistiska överväganden i kombination med arrangörernas smak och övertygelse. Därtill måste också tilläggas att utställningen och boken till stor del finansierades av Philip Johnsons familj. I katalogen var det dock Hitchcock som skrev samtliga biografiska avsnitt utom det om Mies van der Rohe som var författat av Philip Johnson. När det kommer till urvalet påpekar Riley att den kanske mest radikale amerikanske arkitekten, Buckminster Fuller, inte fanns med på utställningen. Buckminster Fullers anti-estetiska hållning och argumentation för verkligt funktionalistisk arkitektur, var väsensskild från Philip Johnsons estetiska hållning. (A.a.s. 37.)

46 Riley, 1992, s. 42.

47 Philip Johnson till J. J. P. Oud, 16 april 1932. Citerat ur Riley, 1992, s. 41. Frank Lloyd Wright var naturligtvis inte nöjd med den roll han fick sig tilldelad på utställningen och ville lyftas ur den. I januari 1932 telegraferade Wright till Johnson: "MY WAY HAS BEEN TOO LONG AND TOO LONELY TO MAKE A BELATED BOW AS A MODERN ARCHITECT IN COMPANY WITH A SELF ADVERTISING AMATEUR AND A HIGH POWERED SALESMAN NO BITTERNESS AND SORRY BUT KINDLY AND FINALLY DROP ME OUT OF YOUR PROMOTION". (Riley, 1992, s. 87.) Varken Philip Johnson eller Henry-Russell Hitchcock räknade Wright till International Style. Emellertid argumenterade Lewis Mumford, som skrev katalogens text om bostäder ("Housing"), för Wrights betydelse i diskussioner med Johnson och Hitchcock, och Wright fick också en mer betydande plats på utställningen än i publikationer av Johnson och Hitchcock. (A.a.s. 26–27); Jämför även med M. David Samson, "Unser Newyorker Mitarbeiter: Lewis Mumford, Walter Curt Behrendt, and the Modern Movement in Germany", *The Journal of the Society of Architectural Historians*, vol. 55, nr 2, juni 1996, s. 126–139. Samson diskuterar bl.a. Mumfords position i förhållande till Wright och Johnson.

48 Barr, *Modern Architecture...*, 1932, s. 12.

49 A.a.s. 13.

50 Philip Johnson, "Historical note", *Modern Architecture. International Exhibition*, Museum of Modern Art, New York, 1932, s. 18.

51 Behrens industribyggnader uppvisar dock ett föredömligt brott med traditionen, enligt Johnson. (Philip Johnson, "Historical note", 1932, s. 19.) Hitchcock tar tillbaka epitetet "half-modern" i en artikel i augustinumret av *Architectural Record* 1951. Beteckningen "early modern" hade varit lämpligare, skriver han. (Omtryckt i *The International Style*, 1995, s. 241–261, aktuellt stycke på s. 248.)

52 Philip Johnson flörtade vid trettioalets mitt med nazismen, vilket inte var populärt bland MoMA:s supportrar, men Barr stöttade honom lojalt. (Alice Goldfarb Marquis, *Alfred H. Barr Jr, Missionary for the Modern*, Chicago och New York 1989, s. 84.) Barr tillhörde annars dem som tidigast försökte göra amerikanerna uppmärksamma på Hitlers förföljelse av modern konst och konstnärer. (A.a.s. 108.)

53 Riley, 1992, s. 55.

54 A.a.s. 63.

- 55 Se "Appendix two" i Riley, 1992, s. 215–219. Omnämmandet om Sverige återfinns på s. 217.
- 56 Ambitionen att endast ta med förverkligade projekt ställde till en hel del problem för Barr, Hitchcock och Johnson, i synnerhet vad gällde det amerikanska deltagandet. Många av de unga arkitektkontor som trion ville ha med på utställningen hade ännu inte byggt något, åtminstone inte i den nya stilen. The Bowman Brothers till exempel, såg sig tvingade att meddela curatorerna så sent som sommaren 1931 att de inte hade byggt något annat än sina egna kontor. Johnson skriver till dem att "since I hardly dare to make an exhibition of an architectural firm which has built nothing, you will understand that in that case there are many deserving young architects whom I should have to take into the exhibition". Den slutliga kompromissen blev att The Bowman Brothers deltog på utställningen med fyra projekt som bedömdes ha goda förutsättningar att byggas, men detta var ett undantag på utställningen. (Riley, 1992, s. 57, 73.)
- 57 Philip Johnson, "Foreword to the 1995 edition", *The International Style*, 1995, s. 15.
- 58 Riley, 1992, s. 85.
- 59 A.a.s. 87.
- 60 Bokens kapitelindelningar är: 1. Introduction: The Idea of Style; 2. History; 3. Functionalism; 4. A First Principle, Architecture as Volume; 5. Surfacing Material; 6. A Second Principle, Concerning Regularity; 7. A Third Principle, The Avoidance of Applied Decoration; 8. Architecture and Building; 9. Plans; 10. The Siedlung. Titeln *The International Style* lär vara Barrs, som motsatte sig Hitchcocks oinspirerande beteckning "Modern Architecture". (Se vidare Marquis, 1989, s. 85.) I boken skrivs "the international style" i betydelsen stil med gemener i brödtexten, men det är inte ett skrivsätt som kommit i allmänt bruk, och det följs inte heller i föreliggande bok.
- 61 Hitchcock, 1932, s. 43.
- 62 Peter W. Parsons, "American Interest in the Architecture of Gunnar Asplund", *Lectures and Briefings from the International Symposium on the Architecture of Erik Gunnar Asplund, 14th–17th October, 1985 in Stockholm and Gothenburg.*, Stockholm 1985, s. 125.
- 63 Hitchcock, 1932, s. 113.
- 64 P. Morton Shand, "E. Gunnar Asplund", *Architectural Review*, vol. 89, maj 1941, s. 100.
- 65 George Everard Kidder Smith, "An American Looks At Sweden", *Architectural Review*, vol. 94, september 1943, s. 87.
- 66 A.a.s. 88.
- 67 Richards beskrivning är lite förvånande eftersom sammanhängande kvarter av modernistisk bebyggelse fanns att se på andra håll, inte minst i Weissenhof, Stuttgart, som dock inte diskuteras av Richards. (James M. Richards, *An Introduction to Modern Architecture*, London 1940, s. 91.) Han nämner dock kortfattat



utvecklingen i Frankfurt och Berlin. Det är möjligt, även om det inte framgår av texten, att Richard avsåg att säga att det var nytt för Skandinavien att se hela kvarter av modern bebyggelse.

- 68 Richards, 1940, s. 92.
- 69 A.a.s. 92.
- 70 A.a.s. 105.
- 71 Pevsner, 1974, s. 415.
- 72 George Everard Kidder Smith, *Sweden Builds*, New York 1957.
- 73 I 1950 års utgåva finns istället en färgbild av Malmö stadsteater.
- 74 Smith, 1957 s. 14.
- 75 A.a.s. 15.
- 76 A.a.s. 16.
- 77 A.a.s. 17.
- 78 Sven Markelius har bidragit med två omfångsrika kapitel, om Stockholms struktur och svensk markpolitik.
- 79 Smith, 1957, s. 13.
- 80 A.a.s. 18.
- 81 A.a.s. 18.
- 82 Förutom Stockholmsutställningen behandlas Skogskyrkogården och tillbyggnaden till Göteborgs rådhus utförligt. Stockholms stadsbibliotek omnämns också av Kidder Smith i det inledande historiska avsnittet. Med vad som syns vara en blinkning till Giedion och den samtida debatten om monumentalitet, beskrivs Heliga korsets kapell på Skogskyrkogården som ett av den moderna arkitekturens främsta verk och ett magnifikt minnesmärke över dess arkitekt: "This crematorium is one of modern architecture's greatest buildings and a magnificent memorial to its designer, who died shortly after it was completed. If there is to be a 'monumentality' in modern architecture, it can begin with this, a truly poetic conception." (Smith, 1957, s. 166.) I boken ges kapellet namnet "Forest Crematorium, Stockholm" vilket förefaller förvirrande. Skogskapellet från 1919 är inte med i boken. Liksom i andra amerikanska texter om Skogskyrkogården från denna tid nämns knappt Sigurd Lewerentz. Först i samband med en diskussion kring Lewerentz krematorium i Malmö skriver Kidder Smith att han medverkade också på Skogskyrkogården. (A.a.s. 177.)
- 83 Lewis Mumford, "Skyline", *The New Yorker*, 11 oktober 1947.
- 84 Samson, 1996.
- 85 Eric de Maré förklarade att den svenska funkisen absorberats av New Empiricism, som han såg som en reaktion mot den alltför rigida modernismen. (Eric de Maré, "The New Empiricism", *The Architectural Record*, nr 1, 1948, s. 10.) Se även J. M. Richards, "The New Empiricism. Sweden's Latest Style", *Architectural Record*, nr 101, juni 1947, s. 199.
- 86 Hitchcock, 1948, s. 9.
- 87 A.a.s. 10.

- 88 Parsons, 1985, s. 126.
- 89 Hitchcock, 1995, s. 23–24.
- 90 Hitchcock, 1958, s. 394.
- 91 Hitchcock, 1958, s. 360.
- 92 "Here an almost Swedish elegance of craftsmanship and a profusion of semi-traditional detail were combined..." (Hitchcock, 1958, s. 361.)
- 93 Hitchcock, 1958, s. 381. Senare omtalas Asplund och Aalto som konvertiter (converts). (A.a.s. 396.) Philip Johnson har med sedvanlig ironisk ådra skrivit att den mässande tonen i *The International Style* kan förstås mot bakgrund av de inblandades religiösa bakgrunder. (Johnson, 1995, s. 13.)
- 94 Hitchcock, 1958, s. 392.
- 95 A.a.s. 392–393.
- 96 A.a.s. 398.
- 97 A.a.s. 393.
- 98 A.a.s. 395: "In the Scandinavian development from 1890 to 1930 there is therefore a sort of 'plot' or recognizable sequence of phases despite their overlappings."
- 99 Hakon Ahlberg och Gustav Holmdahl, *Gunnar Asplund arkitekt, 1885–1940. Ritningar, skisser och fotografier*, Stockholm 1943.
- 100 Enligt WorldCat finns den endast på tolv större amerikanska bibliotek. (Sökning 5 juli 2006.)
- 101 Zevi, 1948. WorldCat anger 29 amerikanska bibliotek för den italienska och spanska upplagan. (Sökning 5 juli 2006.)
- 102 57 bibliotek äger idag boken enligt WorldCat. (Sökning 5 juli 2006.) Jag känner inte till hur många arkitektskolor det fanns 1950, men antalet bibliotek kan jämföras med att det 2006 fanns över 100 arkitektskolor med kandidatprogram och högre i USA. (National Architecture Accrediting Board architecture.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ&sdn=architecture&zu=http%3A%2F%2Fwww.naab.org%2Fusr\_doc%2FAccredited\_Programs\_22.pdf, tillgänglig 5 juli 2006.)
- 103 Stuart Wrede, *The Architecture of Gunnar Asplund*, Cambridge 1980, finns på fler än 350 amerikanska bibliotek, och Claes Caldenby och Olof Hultin, *Asplund. A book*, New York 1986, på cirka 300. (Sökning 5 juli 2006.)
- 104 Yukio Futagawa och Stuart Wrede, *Woodland Crematorium, Stockholm, Sweden. 1935–40. Woodland Chapel, Stockholm, Sweden. 1918–20. Stockholm Public Library, Stockholm, Sweden. 1920–28*, Tokyo 1982.
- 105 *Gunnar Asplund, 1885–1940. The Dilemma of Classicism*, London 1988; Dan Cruickshank och Martin Charles, *Erik Gunnar Asplund*, London 1988. Ett något senare verk är; Caroline Constant, *The Woodland Cemetery. Toward a Spiritual Landscape. Erik Gunnar Asplund and Sigurd Lewerentz, 1915–61*, Stockholm 1994.
- 106 Christina Engfors, *E.G. Asplund. Architect, Friend and Colleague*, Stockholm 1999.
- 107 Av alla dessa har endast 17 publicerats i amerikanska tidskrifter varav 13 under

- åttioalet. Ungefär hälften av dessa är bok och utställningsrecensioner. (Sökning genomförd 5 juli 2006.)
- 108 Många av dessa var förstas producerade i Norden. Om den nordiska reaktionen på det internationella intresset se även utställningen *Nordisk Klassicism* som turnerade i Norden; Henrik O. Andersson, "Modern klassicism i Norden", *Nordisk klassicism. Nordic classicism. 1910–1930*, (red. Simo Paavilainen), Helsingfors 1982, s. 10.
- 109 Demetri Porphyrios, "Scandinavian Doricism. Danish and Swedish Architecture: 1905–1930", *Architectural Design*, nr 5/6, vol. 51, 1982, s. 22–35. Porphyrios tes om att den skandinaviska arkitekturen förenar en folklig livsuppfattning ("vernacular ethos") med en dorisk känslighet ("Doricist sensibility") kan diskuteras, även om detta inte är platsen för en sådan granskning. Artikeln är en vidareutveckling av ett paper som Porphyrios publicerade 1977 under rubriken "Facce reversibili" i den italienska tidskriften *Lotus International*.
- 110 Charles Jencks, *The Language of Post-Modern Architecture*, London 1978.
- 111 Eva Eriksson uppmärksammade 1987 Mississauga City Hall, i Ontario, Kanada, för dess flitiga lån av Asplundformer. Byggnaden färdigställdes 1987, och är ritad av Jones and Kirkland Architects, London Ontario. (Eva Eriksson, "Asplundformer", *Dagens Nyheter*, 24 september 1987.)
- 112 Robert Venturi, Denise Scott Brown och Steven Izenour, *Learning from Las Vegas. The Forgotten Symbolism of Architectural Form*, Cambridge 1972.
- 113 Michael Graves, "The Swedish Connection", *Journal of Architectural Education*, vol. 24, nr 1, september 1975, s. 12–13; Återtryckt i Michael Graves, "Swedish Connection, a Didactic Exercise", *Lotus International*, nr 22 1978, s. 5–7. Texten är identisk, men illustrationerna är nygjorda till *Lotus International*. I den tidigare artikeln saknade gårdsfasaden den karaktäristiska förskjutningen av fönsteraxlarna. Illustrationerna var inte gjorda av Graves utan av Peter Carl, och det tycks som att de också användes i undervisningen.
- 114 Parsons, 1985, s. 130.
- 115 Graves, 1978, s. 7.
- 116 Topeka & Shawnee County Public Library, 2001. Michael Graves var inte den ende amerikanske arkitekten som vid mitten av sjuttioalet kom att intressera sig för Asplund. 1975, samma år som Graves gav sina studenter Villa Snellman som övningsuppgift, listade Romaldo Giurgola Asplunds Skogskyrkogården som ett av de arkitekturverk som hade påverkat honom mest. (*A & U Architecture and Urbanism*, nr 60, december 1975, s. 119.) 1974 fick Romaldo Giurgolas kontor i uppdrag att rita en ny fabrik för Volvo i USA. Arbetet med formgivning skedde dock till stora delar i Göteborg, för att arkitekterna skulle kunna arbeta i nära samarbete med Volvos ingenjörer. Giurgola, som vid denna tid också fick ett exemplar av Asplund-monografen från 1950, kom därför att tillbringa en hel del tid i Sverige.
- 117 Parsons, 1985, s. 130. Rowe var född och utbildad i England, men verkade se-

dan femtiotalet i USA. 1984 blev han amerikansk medborgare. Han har erhållit RIBA:s Royal Gold Medal of Architecture, med motiveringen att han var den "most significant architectural teacher of the second half of the 20th century" and "one of Modern Architecture's most consistent and inspired critics". 1981 fick han även en specialmedalj av the American Institute of Architects för sitt fruktbara inflytande på arkitekturen i USA. Rowes intresse för Asplund, liksom också för Terragni, kan förklaras med hans utbildning i England. Svensk arkitektur hade som vi sett ett fortsatt gott rykte i England under fyrtio- och femtiotalen. *Architectural Review* innehöll ofta presentationer av svenska projekt.

- 118 Colin Rowe, "Classicism, Neo-Classicism, Neo-Neo-Classicism" (1984), *As I was Saying. Recollections and Miscellaneous Essays*, (red. Alexander Caragone) Cambridge och London 1996, s. 205–264. Om Rowes roll som lärare och kollega, se texter av Robert Maxwell, John Sergeant, Peter Carl och Leon Satkowski i *Architectural Research Quarterly*, vol. 4, nr 1, 2000, s. 9–14.
- 119 I samband med utställningen hölls ett symposium med Hans Asplund, Kenneth Frampton, Michael Graves, Colin Rowe och Stuart Wrede. (*The Museum of Modern Art Annual Report, 1978–9*, New York 1979, s. 25.) Wrede gav två år efter utställningen ut *The Architecture of Erik Gunnar Asplund* (1980), en bok som baseras på hans researcharbete inför utställningen. Den hade som syfte att både introducera Asplund för en generation av arkitekter som knappast känner till honom, och att tolka betydelsen av hans verk. Wrede argumenterar i boken för Asplunds indirekta inflytande i USA genom Eero Saarins och Alvar Aaltos byggnader och uttalanden. (Wrede, 1980, s. 227, not 4.)
- 120 Ada Louise Huxtable, "Asplund", *New York Times* 20 september 1978 [Endast tillgänglig i digital form]. Huxtable var *New York Times* arkitekturkritiker 1963–82. 1970 fick hon Pulitzer-priset för sina insatser som kritiker.
- 121 Huxtable, 1978.
- 122 Artikeln finns ändå med i *New York Time Index 1978*, samt i tidningens arkivdatabas. Strejken varade från 10 augusti till 5 november 1978.
- 123 Utställningen stängdes den 1 oktober.

#### SVENSKA PROJEKTIONER

- 1 Se bland andra: Derek Elley, "Casanova", *Variety*, vol. 400, nr 4, 12 september 2005, s. 66; Robert Koehler, "Ambitious 'Shipping' lacks wind in its sail", *Variety*, vol. 385, nr 6, 24 december 2001, s. 20; Lael Loewenstein, "Chocolat", *Variety*, vol. 381 nr 4, 11 december 2000, s. 22; Tim Appelo, "The Great Reformation", *Seattle Weekly*, 21 december 2005; Paul Malcolm, "Soft Center", *LA Weekly*, 15 december 2000; Donald La Badie, *The Commercial Appeal*, [Memphis] 5 mars 1994.
- 2 Vincent Canby, "Lasse Hallstrom's 'My Life as a Dog': a boy's year", *New York Times*, 24 mars 1987; David Rooney, *Variety*, vol. 376, nr 4, 13 september 1999, s. 50; Todd McCarthy, "Roberts, Quaid 'talk about' cheatin' hearts", *Variety*, vol. 359, nr 13, 31 juli 1995, s. 35.

- 3 John Wirt, "Hallstrom's Grape yields a bittersweet flavor", *The Advocate*, Baton Rouge, Louisiana, 18 mars 1994.
- 4 Bo Florin, *Den nationella stilen. Studier i den svenska filmens guldålder*, (diss.) Stockholm 1997, s. 10–12. Beteckningen "guldålder" har Florin spårat tillbaka till 1926. (A.a.s. 12.) 1925, efter *Gösta Berlings saga*, är flertalet av de mest framgångsrika svenska filmstjärnorna och regissörerna verksamma i Hollywood. Vad gäller den tidiga svenska exporten till USA kommenterar Pensel att svensk film tidigt visades i USA, men att den i historieskrivningen kommit att bli dansk. Detta beror på att den svenska filmen distribuerades genom Nordisk Film i Köpenhamn och fick danska texter. (Hans Pensel, *Seastrom and Stiller in Hollywood. Two Swedish Directors in Silent American Films 1923–1930*, New York 1969, s. 17.)
- 5 Florin, 1997, s. 31.
- 6 A.a.s. 23.
- 7 Jämför även med hur Thomas Elsaesser använder sig av "national cinema". (Elsaesser, 2005.)
- 8 Florin utreder detta i sin avhandling 1997 och pekar också på intressanta samband mellan den svenska filmkonsten och bildkonsten.
- 9 *Photoplay*, februari 1926, s. 76. Å andra sidan nämns Sverige eller Skandinavien inte alls i uppräknningen av utländska invasioner föregående år: "Hollywood has been invaded in turns by Latins, Greeks, Germans and Japanese, Englishmen, Yankees and Poles, while the last to arrive at the camera's call are the first Americans." ("Americans Arrive at Hollywood!", *Photoplay*, vol. 28, nr 1, juni 1925, s. 28–29.)
- 10 Forslund, 1980, s. 232, hänvisar till Ivan St. Jones, "The Foreign Legion in Hollywood", *Photoplay*, juli 1926.
- 11 Graham Petrie, *Hollywood Destinies. European Directors In America, 1922–1931*, Detroit 2002.
- 12 A.a.s. 21.
- 13 John Fullerton, "Spatial and Temporal Articulation in Pre-classical Swedish Film", *Early Cinema. Space, Frame, Narrative*, (red. Thomas Elsaesser), London 1990, s. 375–388.
- 14 Bengt Forslund, *Victor Sjöström. Hans liv och verk*, Stockholm 1980, s. 184.
- 15 Pensel 1969, s. 23. MGM hade bildats 17 april 1924 genom sammanslagning av Metro Company, Goldwyn Pictures Co och Louis B. Mayer Co.
- 16 Statistik hämtad från Florin, 1997, s. 198, samt Bertil Wredlund och Rolf Lindfors, *Långfilm i Sverige, del 1, 1910–1919*, Stockholm 1991, s. 224, och *Långfilm i Sverige, del 2, 1910–1919*, Stockholm 1991, s. 322.
- 17 Florin, 1997, s. 198–199. Den svenska filmen utgjorde nästan 5 procent 1916 och över 6 procent 1923–1926.
- 18 "Svensk film i utlandet", *Filmjournalen*, nr 7, 1920, s. 231, citerat ur Florin, 1997, s. 43.
- 19 A.a.s. 43.

- 20 A.a.s. 44. Ur The National Board of Review of Motion Pictures, 4 mars 1919, Svenska Filminstitutets klipparkiv – under *Tösen från Stormyrtorpet*. En längre rapport finns på New York Public Library.
- 21 A.a.s. 44; *New York Review*, 28 februari 1920.
- 22 Florin, 1997, s. 45; Helen Rockwell, "A Man There Was – Good Dramatic Feature", *Exhibitor's Trade Review*, 6 mars 1920.
- 23 Carolus, "Äntligen rättvisa åt vår film i Amerika", *Filmjournalen*, nr 11, 1922, s. 341 och 364; Carolus, "Amerika får upp ögonen för vår film", *Filmjournalen*, nr 8, 1922, s. 244.
- 24 Bo Florin, "Victor Goes West: Notes on the Critical Reception of Sjöström's Hollywood Films, 1923–1930", *Nordic Explorations: Film Before 1930*, (red. John Fullerton och Jan Olsson), London 1999, s. 249–262.
- 25 Pensel, 1969, s. 26.
- 26 A.a.s. 22.
- 27 Florin, 1997, s. 46; Carolus, "Amerika får...", 1922, s. 244.
- 28 Florin, 1997, s. 46.
- 29 Pensel, 1969, s. 24.
- 30 Märta Lindqvist, *Hos filmstjärnor i U.S.A.*, Stockholm 1924, s. 123.
- 31 Petrie, 2002, "Introduction".
- 32 A.a.s. 6.
- 33 Göran Bjelkental, "Jakten på den mystiske Gillstrom Den svenskfödde Hollywoodregissören gjorde över hundra filmer." *Göteborgs-Posten*, 4 januari 2004; Göran Bjelkental, "Allt vi vet om Annedalspojken Arvid", *Göteborgs-Posten*, 23 januari 1994.
- 34 Endast en av dessa filmer var emellertid svensk (Erik A. Petschlers *Värmlänningarna* 1921).
- 35 Jim Tully, "Anna Q. Nilsson", *Vanity Fair*, vol. 27, nr 1, september 1926, s. 71 och 118. Stanlows var en vid tiden mycket uppskattad konstnär och illustratör av söta flickor, som senare också arbetade som regissör i Hollywood.
- 36 Uppgifterna om Anna Q. Nilsson varierar. Penser anger att hon utvandrade 1905 och gjorde sitt första filmframträdande 1910. (Penser, 1969, s. 67.) Lundqvist skriver att hon utvandrade 1907. (Gunnar Lundquist, "Anna Q. Nilsson. A Swedish Beauty Who Became a Star", *Films in Review*, februari 1976, s. 87.)
- 37 "Including the Scandinavian", *Vanity Fair*, april 1928, s. 78. Trots hennes assimilering skrev *Vanity Fair* i andra sammanhang om henne som vikingaättling! (Tully, 1926, s. 71 och 118.)
- 38 Citerat ur Leonard Clairmont, "Moving Picture Actors", (red. Adolph B. Benson och Naboth Hedin), *Swedes in America*, New Haven 1938, s. 472.
- 39 Gunnar Hellström har även regisserat avsnitt av framgångsrika tv-serier som *Bonanza*, *Gunsmoke* och *Dallas*.
- 40 Izabella Scorupco föddes 1970 i Polen, men flyttade som liten till Sverige. Ett omvänt exempel är Malin Åkerman, som kanske främst uppmärksammats för

nakenscener, dock utan att, så vitt jag känner till, förknippas med den svenska synden.

- 41 Bo Svenson emigrerade redan som tonåring och kom till filmen först efter att bland annat ha tjänat i amerikanska marinkåren.
- 42 Arne Olav Lunde, *Nordic Exposures: Scandinavian Whiteness and Ethnic Assimilation in Classical Hollywood Cinema*, (diss.) University of California, Berkeley, 2003, s. 109–110.
- 43 I Sverige var måhända receptionen av Oland än mer komplex, eftersom man pekade på hans hemhörighet i Norrbotten, ett område som vid tiden inte betraktades som helt svenskt. Under den rasbiologiskt färgade mellankrigstiden uppfattades regionen innehålla stora inslag av icke-arisk befolkning.
- 44 Lunde, 2003, s. 110–111.
- 45 Kastrup, 1985, s. 38.
- 46 Den tidigast refererade historien är att Stiller lär ha accepterat ett treårskontrakt på villkor att Garbo också blev inbjuden till Hollywood. Denna version stöds av Pola Negri i hennes memoarer. Versionen att det var Garbo som Mayer verkligen ville ha är av senare datum, men stöds av Mayers dotter Irene. (Irene Mayer Selznick, *A Private View*, New York 1983; Petri, 2002, s. 128.) Det är förstås också tänkbart att Mayer ville ha båda, men vad som är sanning är omöjligt att avgöra utan bättre samtida källor än de som står till buds.
- 47 Recension av *The Temptress* i *Photoplay*, vol. 31, nr 1, december 1926, s. 51.
- 48 Frederick James Smith, "Photoplay's Honor Roll for 1927", *Photoplay*, vol. 33, nr 1, december 1927, s. 35.
- 49 "A New Star from the North – Greta Garbo", *Vanity Fair*, november 1925, s. 80, fotografiet är signerat Arnold Genthe.
- 50 Anne Taraba har tolkat det som en bild av "det kvinnliga rovdjuret", vilket jag dock anser överbetonar dess aggressivitet. (Anne Taraba, *Den gåtfulla Garbo*, Stockholm 1990, s. 117.)
- 51 Michaela Krützen, *The Most Beautiful Woman on the Screen*, Studien zum Theater, Film und Fernsehen, vol. 19, Frankfurt am Main 1992, s. 62.
- 52 A.a.s. 74.
- 53 Lunde, 2003, s. 72.
- 54 Dyer, 1997, s. 89–92.
- 55 A.a.s. 42–43.
- 56 Krützen, 1992, s. 79.
- 57 Dyer, 1997, s. 91–93. I denna film förstärktes iscensättningen av Garbo som blond och blåögd av MGM:s filmaffischer.
- 58 Krützen, 1992, s. 84.
- 59 Sexualiteten hos filmstjärnorna följer dikotomin hård/manlig : mjuk/kvinnlig. (Dyer, 2004, s. 53.)
- 60 Doris Markham, "An Idyll Or A Tragedy – Which?", *Motion Picture*, vol. 32, nr 5, december 1926, s. 100.

- 61 Rilla Page Palmberg, *The Private Life of Greta Garbo*, New York 1931, s. 47–52.
- 62 Carl-Eric Nordberg, *Garbo*, Stockholm 1959, s. 70.
- 63 Palmberg, 1931, s. 51.
- 64 Mordaunt Hall, "The Blonde's Victory", *New York Times*, 22 januari 1928.
- 65 *New York Times*, 13 januari 1928, s. 30.
- 66 Sheldons porträtt förefaller inte anpassa henne till en bild av svensk skönhet, trots det blonda håret och det blå ögonen. Det ligger mycket nära hur andra filmstjärnor av varierande etnisk härkomst avbildas.
- 67 Klaus-Jürgen Sembach, "Greta Garbo", *Greta Garbo. Portraits 1920–1951*, New York 1985, s. 10.
- 68 Fotogravyr med bildtext, *Photoplay*, vol. 30, nr. 2, juli 1926, s. 21.
- 69 "Who Is The Most Beautiful Star in Hollywood?", *Photoplay*, vol. 37, nr 4, mars 1930, s. 60 och 136.
- 70 Mark A. Vieira, *Greta Garbo. A Cinematic Legacy*, New York 2005, s. 38.
- 71 Allt vi vet om stjärnor är vad vi ser och hör om dem, skriver Richard Dyer i sin studie av filmstjärnor. Ändå uppmantrar hela mediakonstruktionen att vi ska få reda på hur de "verkliga" är. (Richard Dyer, *Heavenly Bodies. Film Stars and Society*, Andra upplagan, London och New York 2004, s. 2.)
- 72 Rune Waldecrantz, *Filmens historia. De första hundra åren. Från zoopraxiscope till video. Del 2: Guldålder*, Stockholm 1986, s. 498.
- 73 Dyer, 2004, s. 3.
- 74 Clairmont, 1938, s. 477.
- 75 En studie av queera drag hos Garbo finns i Tiina Rosenberg, "Queera Greta", *gotal*, nr 28/29, 1999, [www.ootal.com/arkiv](http://www.ootal.com/arkiv), tillgänglig 20 augusti 2006.
- 76 Citerat ur Elisabeth Liljedahl, *Stumfilmen i Sverige – kritik och debatt. Hur samtiden värderade den nya konstarten*, (diss.) Stockholm 1975, s. 199. Om jag uppfattat Liljedahl korrekt var kåseriet publicerat i *Stockholms-Tidningen* 1927, men Liljedahls hänvisning går till *Tidskrift för svensk skolfilm och bildningsfilm*, nr 38, 1927.
- 77 Den vita hudens neutralitet som förutsättning för projiceringar men även dess normalitet diskuteras utförligt hos Dyer, 1997.
- 78 Nordberg, 1959, s. 78.
- 79 A.a.s. 71–72.
- 80 A.a.s. 76.
- 81 Krützen, 1992, s. 62.
- 82 A.a.s. 48.
- 83 I filmen blir drottning Kristina förälskad i en spansk ambassadör när hon tvingas dela rum med honom på ett vårdshus förklädd till pojke. Hon abdikerar för att kunna gifta sig med honom, men finner honom mördad av en av hennes före detta älskare...
- 84 Nordberg, 1959, s. 77.
- 85 Taraba, 1990, s. 182.
- 86 "Just Two Good Boys from the Other Side", *Photoplay*, juli 1927, s. 34–35.



- 87 Warner Oland var utbildad scenskådespelare och hade tillsammans med sin hustru, konstnärinnan Edith Gardener Shearn, gjort de första översättningarna av Strindberg till engelska 1914. (Lunde, 2003, s. 97.) Till Olands språkliga bedrifter hör också att han i filmen *Charlie Chan in Shanghai* (1936) pratar kantonesiska med sin son Luke, spelad av Key Luke. (A.a.s. 117–118.)
- 88 "The Garbo Voice", *Picture Play*, mars 1930, s. 76.
- 89 Lunde, 2003, s. 91–92.
- 90 Vi är snabba att differentiera manliga från kvinnliga röster, där tonhöjden bara är en av de faktorer som avgör bestämningen. Även om förklaringen till stor det är biologisk (stämbandets längd och tjocklek) går det att träna sin röst till att låta mer manlig eller kvinnlig, vilket bland annat praktiseras vid könsbyte (där i och för sig även hormonbehandling spelar in för att förändra rösten). I tidiga reaktioner på Garbos röst anförs att den är tekniskt manipulerad (placering av mikrofonen, etc.), uppenbart i ett försök att "normalisera" henne. Hennes djupa röst bidrog till att göra den inte bara etnicitetsöverskridande utan även genusöverskridande.
- 91 Lunde, 2003, s. 94.
- 92 Forslund 1980 s. 225; Jim Tully, "The Greatest Director in the World", *Motion Picture Classic*, vol. 19, nr 2, april 1924. Chaplins och Sjöströms första möte är dokumenterat i en underhållande artikel hos Lindkvist, 1924. Chaplin berättar om när han såg *Körkarlen* första gången, och hur Sjöströms gestaltning av den frigivne fången grep honom som äkta till uttrycket. (A.a.s. 114–115.)
- 93 "The Screen", *The New York Times*, 26 april 1920.
- 94 Pensel, 1969, s. 26. Jag misstänker att "Seastrom" kan ha en äldre historia. Det användes i tidningsartiklar så tidigt som 1922. Det har inte varit möjligt att kontrollera vad Victor Sjöströms släkt i USA använde(r) för efternamn.
- 95 J. L., "The Saga of Sjöström", *The Picturegoer*, vol. 3, nr 16, april 1922; Francis Taylor Patterson, "The Swedish Photoplays", *The National Board of Review*, nr 1, 1922.
- 96 "Pictures Plays and People", *New York Times*, 16 juli 1922. Jämför även Mordaunt Hall, "The Screen", *New York Times*, 10 november 1922.
- 97 Signerad "A Casting Director", "How Players Are Picked", *New York Times*, 3 februari 1924.
- 98 Forslund, 1980, s. 184–194.
- 99 Pensel, 1969, s. 28.
- 100 I *Variety* fick filmen god kritik, medan *New York Times* var mer kritisk. Bo Florin karakteriserar det amerikanska mottagandet som ambivalent (Florin, 1999, s. 252) medan Bengt Forslund (Forslund, 1980, s. 204) och Hans Pensel (Pensel, 1969, s. 30) anser att filmen var en framgång, även om detta överskuggats av Sjöströms senare produktion.
- 101 "Name the Man", *Photoplay*, vol. 25, nr 3, februari 1924, s. 88.
- 102 "French Locales Dominate in Promising Pictures", *New York Times*, 17 februari 1924.

- 103 *Moving Picture World*, recension 12 januari 1924, s. 136 och rapport om kassa-succé 16 februari 1924, s. 550. (Petrie, 2002, s. 134.)
- 104 *Variety*, 17 januari 1924, s. 26. (Petrie, 2002, s. 134.)
- 105 Mordaunt Hall, "The Screen", *New York Times*, 10 november 1922, samt i en senare artikel "A Colorful Masterpiece", *New York Times*, 16 november 1924.
- 106 *Moving Picture World*, 15 november 1924, s. 267. (Petrie, 2002, s. 141.)
- 107 *Movie Weekly*, 29 november 1924. Tillgänglig på [www.silentsaregolden.com](http://www.silentsaregolden.com), 17 maj 2005. *Motion Picture Classic*, januari 1925, s. 50; Petrie, 2002, s. 141.
- 108 "He Who Gets Slapped", *Photoplay*, vol. 28, nr 2, januari 1925, s. 61.
- 109 "Knocks Inspired Director of 'He Who Gets Slapped'", *New York Times*, 7 december 1924.
- 110 Lindkvist, 1924, s. 124.
- 111 Mordaunt Hall, "The Screen: Uneasy Heads", *New York Times*, 24 mars 1925.
- 112 Forslund, 1980, not 59 s. 366; Charles L. Turner, "Victor Seastrom", *Films in Review*, nr 56, 1960.
- 113 Forslund, 1980, s. 234.
- 114 Pensel, 1969, s. 37. Lillian Gish talade uppskattande om Sjöström som regissör och karakteriserade "the Swedish school of acting" som "one of repression". (Pensel, 1969, s. 38.)
- 115 Mordaunt Hall, "The Screen: A Swedish Story", *New York Times*, 28 september 1925.
- 116 *Moving Picture World*, 10 oktober 1925, s. 498. (Petrie, 2002, s. 142.)
- 117 *Variety*, 30 september 1925, s. 42. Petrie, 2002, s. 142.
- 118 Mourdant Hall, "The Screen: The Scarlet Letter", *New York Times*, 10 november 1926.
- 119 *Picture Play*, november 1926; [www.silentsaregolden.com](http://www.silentsaregolden.com), tillgänglig 17 maj 2005.
- 120 Florin, 1999, s. 257.
- 121 *Film*, The National Board of Review Magazine, december 1928, citerat ur Florin, 1999, s. 257.
- 122 Petrie, 2002, s. 150–158.
- 123 Mourdant Hall, "The Screen: Lillian Gish", *New York Times*, 5 november 1928.
- 124 Mourdant Hall, "The Screen: Satan's Ruse", *New York Times*, 26 november 1928.
- 125 Det lär ha varit Garbo som ville ha Sjöström som regissör och Hanson som motspelare. (Petrie, 2002, s. 149.)
- 126 Mourdant Hall, "The Screen: Lorelei Lee and Dorothy", *New York Times* 16 januari 1928.
- 127 Pensel, 1969, s. 46–47.
- 128 Bo Florin, *Regi: Victor Sjöström. Directed by Victor Seastrom*, Stockholm 2003, s. 38.
- 129 Pensel, 1969, s. 77.
- 130 Petrie diskuterar hur artiklar som vänder sig till en icke-professionell publik, regelmässigt lyfter fram regissören under tjugotalet. (Petrie, 2002, s. 16–17.)

- 131 "Pictures Plays and People, *New York Times*, 16 juli 1922. Filmen tillskrivs Sjöström av signaturen A Casting Director, "How Players Are Picked", *New York Times*, 3 februari 1924. Observera att Selma Lagerlöfs roman har titeln *Herr Arnes penningar*.
- 132 *Variety*, 2 december 1921, s. 43. (Petrie, 2002, s. 125.)
- 133 *Moving Picture World*, 10 december 1921, s. 711. (Petrie, 2002, s. 125.)
- 134 Det finns uppgifter om att Stiller inte slutförde *The Street Of Sin*. Regiarbetet med *Barbed Wire* 1927 övertogs av Rowland W. Lee. (Florin, 2001, s. 60.)
- 135 Mordaunt Hall, "The Screen: A Defendant's Testimony", *New York Times*, 28 september 1927.
- 136 Mordaunt Hall, "The Screen: Rum, Romance and Robbery", *New York Times*, 29 oktober 1928.
- 137 Citerat ur Florin, 2001, s. 57; *Filmjournalen* 1927, nr 3, s. 82.
- 138 Domen har varit hård över Stiller. Lars Hanson berättade att "Stiller försökte arbeta i Hollywood på samma sätt som han arbetat i Sverige", och Anne Taraba skriver hånfullt att "Hans engelska var så dålig att han inte kunde förklara sina motiv, vilka de än kan ha varit". (Taraba, 1990, s. 150.)
- 139 Florin, 2001, s. 61.
- 140 Pensel, 1969, s. 63.
- 141 Taraba, 1990, s. 207; *International Herald Tribune* den 28 maj 1989. Övriga svenskar bland de mer än 2 000 stjärnorna är Ingrid Bergman, Greta Garbo, Anna Q. Nilsson, Signe Hasso och Ann-Margret.
- 142 "Introduction", Petrie, 2002.
- 143 Donald Spoto, *Notorious. Boken om Ingrid Bergman*, Stockholm 1998 [New York 1997], s. 75. Hollywoodversionen av *Intermezzo* 1939 regisserades av Gregory Ratoff.
- 144 A.a.s. 89–90.
- 145 John Russell Taylor, *Ingrid Bergman*, New York 1983, s. 40; Citerat ur Lunde, 2003, s. 138.
- 146 Lunde, 2003, s. 139.
- 147 Kirtley Baskette, "Nordic Natural," *Photoplay*, oktober 1941, 52–53 samt 86–87; Lunde, 2003, s. 138.
- 148 I ett brev till den förste fotografen Harry Stradling. (Spoto, 1998, s. 94.)
- 149 Frank S. Nugent, "The Screen: Four Films In Review", *New York Times*, 6 oktober 1939.
- 150 Howard Barnes, *New York Herald Tribune*, 7 oktober 1939; *New York Daily News*, 7 oktober 1939.
- 151 Frank S. Nugent, "That Phenomenon Named Bergman", *New York Times*, 16 december 1945.
- 152 Spoto, 1998, s. 95.
- 153 Kopian hos Statens ljud- och bildarkiv är märkt Europafilm.
- 154 Spoto, 1998, s. 163–164.

- 155 "Ingrid Bergman visits a Minnesota farm", *Look*, 6 april 1943, s. 27.
- 156 "She Loves the Cows and Chickens", *Photoplay*, vol. 26, nr 2, juli 1924, s. 82.
- 157 Dessvärre är de amerikanska nazistsympatisörerna ett område som är bristfälligt undersökt, och mycket av det som är skrivet är utpekande och fördömande, snarare än diskuterande och analyserande. Som så ofta i amerikansk historie-skrivning är fokus på enskilda personer, exempelvis Henry Ford och Charles Lindbergh, och inte på strukturer och tendenser. Trots att antisemitismen var omfattande under mellankrigstiden tycks få amerikaner ha sympatiserat med Hitler, att döma av de Gallupundersökningar som gjordes i slutet av trettiotalet. En del, som Lindbergh och Carl Milles, attraherades av vissa sidor av nationalsocialismen, andra hade av personliga skäl starka sympatier för Tyskland som nation, utan att de stödde Hitler per se.
- 158 "Ingrid Bergman visits...", 1943, s. 28.
- 159 Jämför med hur Kleopatra och Neros hustru Pompeja badade i färsk åsne-mjölk.
- 160 "Ingrid Bergman visits...", 1943, s. 27.
- 161 Ingrid Bergmans mor var tyska.
- 162 Spoto, 1998, s. 109.
- 163 Bosley Crowther, "The Lady From Sweden", *New York Times*, 21 januari 1940.
- 164 Spoto, 1998, s. 112–119.
- 165 A.a.s. 235, 244–246 och 249. Hon tillfrågades även av en präst om hon kunde stå model för en staty av Jeanne d'Arc!
- 166 A.a.s. 317.
- 167 A.a.s. 322–325.
- 168 Ingrid Bergman ansågs bryta med den höga moralen hos sin ras. Exempel: "She has chosen to flout the mores of her race brazenly." (Georg F. Sokolsky, "Twilight of Moral", *The Post-Standard*, 18 februari 1950.)
- 169 Allen L. Woll och Randall M. Miller, *Ethnic and Racial Images in American Film and Television. Historical Essays and Bibliography*, New York 1987, s 346–347.
- 170 Baserad på Ernest Hemingway, "The Killers", *Men Without Women*, London 1927. Händelseförloppet är mer koncentrerat och linjärt i novellen, där svensken går under namnet "Ole Andreson".

#### DE FYRA ESSEN

- 1 Dyer, 2004, s. 22–23.
- 2 *LA Examiner*, 26 april 1954, citerat ur Steene, 1998, s. 125. De självreglerande etiska normer som upprättades av Will H. Hays på Motion Picture Producers and Distributors of America (M.P.P.D.A.) hade som syfte att undvika skärpt lagstiftning. Den första listan på "Don'ts" och "Be Carefuls" efterlevdes emellertid dåligt och 1930 utarbetades en striktare kod, i samarbete med den katolska kyrkan. Den tillämpades strikt från 1 juli 1934, och finns att läsa på [www.artsreformation.com/aoo1/hays-code.html](http://www.artsreformation.com/aoo1/hays-code.html), tillgänglig 26 juli 2004.

- 3 Steene, 1998, s. 126.
- 4 A.a.s. 126; *Films in Review*, mars 1960.
- 5 För en utförlig diskussion om Monroe och sexualitet se Dyer, 2004.
- 6 A.a.s. 33–34.
- 7 Jämför diskussion i kapitlet Svenskar, vita som snö i del 1, samt Dyer, 2004, s. 40.
- 8 Erskine Johnson, "In Hollywood", *Dixon Evening Telegraph*, 26 november 1954.
- 9 Tommie Jönsson, "Den gamla fina svenska synden", *Darling*, nr 42, 2000, [www.darling.se/nr42/svenska\\_synden](http://www.darling.se/nr42/svenska_synden), tillgänglig 21 maj 2007.
- 10 De tio var Alvah Bessie, Herbert J. Biberman, Lester Cole, Edward Dmytryk, Ring Lardner, Jr., John Howard Lawson, Albert Maltz, Samuel Ornitz, Adrian Scott och Dalton Trumbo.
- 11 Joe David Brown, "Sin & Sweden" *Time Magazine*, vol. 65, nr 17, 25 april 1955, s. 29.
- 12 Kastrup, 1985, s. 285.
- 13 Frederick Hale, "Time for Sex in Sweden: Enhancing the Myth of the "Swedish Sin" during the 1950s", *Scandinavian Studies*, vol. 75 nr 3, hösten 2003, s. 351–374.
- 14 Det är känt att han talade med den katolska kyrkans blivande biskop i Sverige, Ansgar Nelson, som var född i Danmark, och som varit verksam som munk vid Portsmouth Abbey, Rhode Island. Hale talade även med Gunnar Rosendal, kyrkoherde i Osby. (A.a.)
- 15 Carolyn Coghill, "A Moral Crises in Sweden", *Birmingham Post*, 5 september 1954. (Hale, 2003.)
- 16 Edward M. Korry, "Sex Education in Sweden", *Look*, 3 september 1957, s. 34–41.
- 17 A.a.s. 36.
- 18 Robert Vose fotografier finns i Look Magazine Photograph Collection (Library of Congress) CARD #: lmc1995000723/PP.
- 19 "Swedish girls are different", *Look*, 3 september 1957, s. 43–45.
- 20 "Swedish Red Cross Girl", *Life*, 25 september 1950, s. 105–108.
- 21 "Sweden's Ideal", *Life*, 24 oktober 1949, s. 74.
- 22 A.a.s. 74.
- 23 Patricia Coffin, "Sweden's Pagan Beaty", *Look*, 9 februari 1965, s. 62.
- 24 "The Girls of Sweden", *Playboy*, vol. 8, nr 5, maj 1961, s. 84–91; 108–114.
- 25 A.a.s. 91.
- 26 *Playboys* "filosofi" var att sexualitet är en naturlig drift som det är farligt att undertrycka. Se vidare Dyer, 2004, s. 29–30.
- 27 "The Girls of Scandinavia", *Playboy*, vol. 15, nr 6, juni 1968, s. 134.
- 28 "Ingmar Bergman – candid conversations", *Playboy*, vol. 11, nr 6, juni 1964, s. 62.
- 29 "Sweden's Smashing Fashion", *Life*, vol. 65, nr 13, 27 september 1968, s. 88–98.
- 30 Denna undersökning är inte statistiskt vetenskapligt genomförd. Jag har fört ämnet på tal med människor som jag träffat på middagar och på mina arbetsplatser, eftersom jag bedömt det vara ett område som kräver en viss grad av för-

troende och ömsesidig förståelse. Detta innebär att mina uppgiftslämnare till största delen hört hemma bland den urbana, vita, amerikanska medelklassen.

- 31 *Forbes*, 1 april 1972.
- 32 Både regissören Mart Nathan och en av de manliga huvudrollsinnehavarna, Cuba Gooding Jr, nominerades 2004 till Razzie Awards (sämsta regissör, respektive sämste skådespelare). En mer begåvad och queer cross-over-variant av Inga görs av Jamie Lee Curtis i *Trading Places* (John Landis, 1983). Hon klär ut sig till svenska, men blir tagen för österrikiska i sina flätor och lederhosen. En omvänd variant av Inga (spelad av Jenny Blong) förekommer i *Cry Baby* (John Waters, 1990). Hon är raka motsatsen till de amerikanska ungdomarna i filmen, en skötsam familjeflicka med långa flätor.
- 33 Reklamkampanjen skapades av Hal Riney & Partners Ad Agency i San Francisco. "Swedish Bikini Team" (Uma Thorensen, Karin Kristensen, Hilgar Oblief, Eva Jacobsen, Ulla Swensen) spelades av Peggy Trentini, Heather Parkhurst, Jean Frances, Anna Keller och Avalon Anders. Ingen av originalmedlemmarna var svenskor. De var också med i *Playboy* i januari 1992 och *Married with Children* (5:e säsongen, avsnitt 128, 26 april 1992: "The Gas Station Show"). I ett senare försök att profitera på ryktbarheten har ett nytt bikiniteam uppstått, som bland annat resulterat i filmen *Never Say Never Mind. The Swedish Bikini Team* (2001), registrerad av Buzz Feitshans IV.
- 34 Lena Lennerhed, "Den svenska synden", *Tvärnsnitt*, nr 4, 1991, s. 6.
- 35 A.a.s. 7.
- 36 Anders Åberg, *Tabu. Filmaren Vilgot Sjöman*, (diss.) Lund 2001, s. 198–199. Också i Sverige var det till stor del sexscenerna som diskuterades, men här kritiserades även Sjömans politiska hållning, inte minst från vänster.
- 37 A.a.s. 199.
- 38 A.a.s. 200–201.
- 39 Vincent Canby, "'I Am Curious (Yellow)' From Sweden", *New York Times*, 11 mars 1969. Annons i samma tidning 14 mars 1969.
- 40 Åberg, 2001, s. 201.
- 41 Coffin, 1965, s. 62.
- 42 Norbert Muhlen i *Flint Journal*, citerat ur *Sverigebildn i utlandet. Utdrag ur Svenska Institutets klippbok 1951–7*, Svenska institutet, Stockholm 1958, s. 15.
- 43 A.a.s. 19.
- 44 Donald Janson, "Eisenhower Is Firm For Middle of Road", *New York Times*, 28 juli 1960.
- 45 Eisenhower tog tillbaka uttalandet vid ett besök i Stockholm 1960, något som också rapporterades i amerikanska medier. ("Eisenhower Offers Apology to Sweden", *New York Times*, 30 juli 1966.)
- 46 Herbert Hendin, *Scandinavia and Suicide. A Psychoanalytic Study of Culture and Character*, New York och London 1964.
- 47 A.a.s. 43.

- 48 A.a.s. 56, 68.
- 49 A.a.s. 50.
- 50 A.a.s. 56, 72–73.
- 51 A.a.s. 137.
- 52 Kastrup, 1985, s. 291.
- 53 Citerat ur Lennersted, 1991, s. 9.
- 54 Kastrup, 1985, s. 313–314
- 55 Lennersted, 1991, s. 9.
- 56 Kastrup, 1985, s. 312
- 57 Jenkins, 1968, s. 16.
- 58 Citerat ur Jenkins, 1968, s. 16.
- 59 Olof Palme, radiotal, 23 december 1972.
- 60 Under mattan upprätthölls emellertid kontakterna mellan Sverige och USA, inte minst mellan ländernas underrättelsetjänster, vilket avslöjades av Jan Guillou och Hans Bratt i en serie artiklar i *Folket i Bild/Kulturfront* 1973–75.
- 61 Det var relativt få amerikaner som kom till Sverige – kanske omkring 1 000 – men de bestod till största delen av faktiska desertörer, till skillnad från dem som reste till Kanada för att undvika att bli uttagna i militärtjänst. Omkring 40 000 amerikaner lär av detta skäl ha lämnat USA under Vietnamkriget.
- 62 *The Gallup Poll #868*, den 3 april 1973.
- 63 Denna fråga (#13) ställdes till 495 personer. Totalt tillfrågades 2 703 i denna Gallupundersökning.
- 64 *The Gallup Poll #954*, den 22 juni 1976.
- 65 Mest negativa omdömen fick Kina, Ryssland och Kuba.
- 66 Kastrup, 1985, s. 332–333.
- 67 För en aktuell sammanfattning av argumenten se: Bill O'Reilly, "God and the Presidential Election", *Creators Syndicate*, 18 mars 2008, [featurepage.creators.com/opinion/bill-oreilly/god-and-the-presidential-election.html](http://featurepage.creators.com/opinion/bill-oreilly/god-and-the-presidential-election.html), tillgänglig 18 mars 2008.

#### INGMAR BERGMAN – VÅR DALAHÄST I VÄRLDEN?

- 1 Alanna Heiss, essä utan titel, i *Icebreakers. Contemporary Swedish Expressionists*, (red. Douglas Feuk) New York 1982. Utställningen visades i november och december 1982 på "The Clocktower", New York. Deltagande konstnärer var Erland Cullberg, Enno Hallek, Birgitta Liljebladh, Evert Lundquist, Tonie Roos, Knut Swane, Bo Trankell, Hans Wigert och Petter Zennström.
- 2 Birgitta Steene, "Manhattan Surrounded by Ingmar Bergman: The American Reception of a Swedish Filmmaker", *Ingmar Bergman. An Artist's Journey on Stage, on Screen, in Print*, (red. Roger W. Oliver) New York 1995, s. 153.
- 3 [www.imdb.com](http://www.imdb.com), tillgänglig 27 oktober 2007. Kommentar till filmen *De Düva* av Jon Monsarrat, 27 maj 2002. Kanadensiska humorprogrammet SCTV (Second City Television) har gjort två liknande "filmer": "Whispers of the Wolf", 1978 och

- "Scenes from an Idiot's Marriage" 1983. Woody Allan har flera också gjort parodier på Bergman, bland annat i *Love and Death* (1975).
- 4 Elsaesser, 2005, s. 45.
  - 5 Mark B. Sandberg, "Tracking out 'The Bergman Film' in retrospect", *Scandinavian Studies*, vol. 69, nr 3, s. 357–375.
  - 6 1,2 procent hos den genomsnittlige uthyraren. (Linda Lee, "Nobody Reads a Good Movie These Days", *New York Times*, 9 december 1996.)
  - 7 *Netflix* är inriktad på smalare filmer. (Anthony Kaufman, "Is Foreign Film the New Endangered Species?", *New York Times*, 22 januari 2006.)
  - 8 Lee, 1996.
  - 9 Se exempelvis Peter Cowie, "Ingmar Bergman Bids Farewell to Movies", *New York Times*, 10 oktober 1982. Filmen visades i New York sommaren 1983.
  - 10 Steene, 1995, s. 94. Steene är en auktoritet på såväl svensk som utländsk Bergmanreception. Inte minst är hon mycket väl förtrogen med amerikansk kultur, och betydelsen av hennes olika studier för detta kapitel kan inte nog understrykas. Hennes *Ingmar Bergman. A Reference Guide*, Amsterdam 2005, som kom ut under arbetet med denna bok, är en oundgänglig referensguide till Bergman som dessutom bland mycket annat innehåller sammanfattningar av receptionen av varje enskilt verk, svensk såväl som utländsk. Jag har tidigare konsulterat Birgitta Steene, *Ingmar Bergman. A Guide to References and Resources*, Boston 1987.
  - 11 Steene, "Besatt viking...", 1995, s. 94–95; Hänvisar till en intervju med Bergman av Torsten Jungstedt, Sveriges Radio, P2, 7 mars 1961.
  - 12 Steene, "Manhattan Surrounded...", 1995, s. 139. Se även Steene, 1987, s. 148: Dustin Hoffman lär först ha varit påtänkt för huvudrollen i *Beröringen*. Den amerikanska producenten rapporteras ha gått in med en, kanske två, miljoner dollar i projektet.
  - 13 Begreppet produktiv felläsning används av Thomas Elsaesser i en essä om Fassbinder, "Primary Identification and the Historical Subject: Fassbinder and Germany", *Ciné-Tracts* 11, vol. 3, nr 3, hösten 1980, s. 43–52; Alison Butler har senare använt det om receptionen av filmer som förflyttats över nationella (eller andra) gränser.
  - 14 Steene, Stockholm 1995, s. 98; *Variety*, 8 februari 1956, s. 6.
  - 15 Bosley Crowther, "The Screen: Shades of Emil Jannings", *New York Times*, 10 april 1956.
  - 16 Woody Allen, "Through a Life Darkly", *Ingmar Bergman. An Artist's Journey...*, 1995, s. 25–26.
  - 17 Maaret Koskinen, "The Typically Swedish in Ingmar Bergman", *Ingmar Bergman. An Artist's Journey...*, 1995, s. 129; Steene, "Manhattan Surrounded...", 1995, s. 141.
  - 18 Jack Stevenson, "Bergman som buskis på bystan", *Chaplin*, vol. 37, nr 3, 1995, s. 19–20.
  - 19 A.a.s. 20.



- 20 Steene, "Manhattan Surrounded...", 1995, s. 141.
- 21 Steene, 1987, s. 70.
- 22 Ämnet diskuteras i Jeffrey S. Miller, "Scenes from a Marriage of Convenience: Ingmar Bergman and His American Audience, 1955–1960", *Moderna Språk*, vol. 97, nr 2, 2003, s. 128.
- 23 Annons i *New York Times*, 17 oktober 1958, s. 35.
- 24 Betoningen av regissörens namn istället för skådespelarnas följer en etablerad skillnad mellan highbrow och lowbrow. Bourdieu har påvisat att arbetarklassrespondenter kände igen många filmstjärnor men få regissörer. Samma sociala grupper som kan identifiera Bergman är också bekanta med annan highbrow-kultur, som klassisk musik och bildkonst. (Se inledningskapitlet till Joan Hawkins, *Cutting Edge. Art-Horror and the Horrific Avant-garde*, Minneapolis 2000, särskilt s. 28–30.)
- 25 Annons i *New York Times*, 26 juni 1959, s. 14. Det var Jeffrey S. Miller som gjorde mig uppmärksam på Janus Films annonser. Han följer emellertid ej deras inbördes förändring över tid utan jämför en annons för *Det sjunde inseglet* med en för *Smultronstället*. (Miller, 2003, s. 128–129).
- 26 Annons i *New York Times*, 17 juli 1959, s. 12.
- 27 Steene, "Manhattan Surrounded...", 1995, s. 144.
- 28 [Janet Flanders] Gênet, "Letters from Paris", *The New Yorker*, 13 juni 1959, s. 102.
- 29 Werner Wiskari, "Another Bergman Gains Renown", *New York Times*, 20 december 1959.
- 30 Den tidigare citerade *Time*-recensionen av *Sommarnattens leende* innehöll en fotnot som förklarade att regissören inte var släkt med Ingrid Bergman. ("Smiles of a Summer Night", *Time*, 27 januari 1958, vol. 71, nr 4, s. 90.) En Gallupundersökning från 1946 gav som resultat att 69,5 procent kände till vem Ingrid Bergman var. (The Gallup Poll #386, 12 november 1946, Question qn4C\_K)
- 31 Arlene Croce, *Commonwealth Magazine*, 11 mars 1960, s. 647.
- 32 Alan Cole, "Ingmar Bergman, Magician", *New York Herald Tribune*, serie om tre artiklar i söndagstidningarna 25 oktober 1959, 1 november 1959 samt 8 november 1959.
- 33 Miller, 2003, s. 128–130.
- 34 A.a.s. 129; Steene, 1995, s. 148.
- 35 Miller, 2003, s. 129 samt not 31.
- 36 A.a.s. 139.
- 37 Annons i *New York Times*, 30 oktober 1961, s. 36.
- 38 Steene, 1997, s. 103.
- 39 Undantaget är en inledande versal i "Intellectual humor". (Annons i *New York Times*, 3 november 1961, s. 31.)
- 40 Se Svenska Filminstitutet, *Svensk Filmdatabas*, 193.10.144.135/(1xrtotijteolta3sd-bmrpfc)/movie.aspx?id=4672&view=11, tillgänglig 13 augusti 2006.
- 41 Annons i *New York Times*, 29 februari 1964, s. 12.

- 42 Steene, 1997, s. 118. Bergman erbjöd Janus Films en "internationell version" av filmen, något den amerikanska distributören dock avböjde. (A.a.)
- 43 Rialto i korsningen av Broadway och 42:a. (Bosley Crowther, "Screen: Brooding and Grim Bergman", *New York Times*, 4 februari 1964.)
- 44 Annons i *New York Times*, 19 april 1964, s. X6.
- 45 Steene, "Besatt viking...", 1995, s. 104.
- 46 Jämför med den svenska publikens syn på Bergman i Birgitta Steene, *Måndagar med Bergman*, Stockholm 1996.
- 47 Bosley Crowther, "Smiles of a Summer Night", *New York Times*, 24 december 1957.
- 48 Steene, "Manhattan Surrounded...", 1995, s. 142.
- 49 "Smiles of a Summer Night", *Time*, 27 januari 1958, s. 92.
- 50 John McCarten kallade filmen oanständig ("bawdy") och noterade att den var så frispråkig att en stor del av dialogen saknade textning, men förefaller ändå road. (John McCarten, "From Here, There, and Everywhere", *The New Yorker*, 11 januari 1958, vol. 33, nr 47, s. 103.)
- 51 Bosley Crowther, "The Seventh Seal", *New York Times*, 14 oktober 1958.
- 52 Steene, 1997, s. 92.
- 53 Bosley Crowther, "Wild Strawberries", *New York Times*, 23 juni 1959.
- 54 Ett intressant exempel på detta är Charles Drazin, *In Search of The Third Man*, London 1999, diskuterad av Richard Raskin i *P.O.V.*, nr 12, december 2001, "European versus American Storytelling: The Case of The Third Man". (Tillgänglig online från Aarhus University, [imv.au.dk/publikationer/pov](http://imv.au.dk/publikationer/pov), tillgänglig 28 oktober 2006.)
- 55 Steene, "Besatt viking...", 1995, s. 94.
- 56 Steene, "Manhattan Surrounded...", 1995, s. 143.
- 57 Steene, "Besatt viking...", 1995, s. 103
- 58 A.a.s. 98.
- 59 Det finns vissa oklarheter i Steenes skrivelser kring hur betydelser uppstår. Hon förefaller laborera både med en ursprunglig betydelse i verket, och en uppkommen betydelse i mötet mellan verket och betraktaren. Jag anser att det inte kan finnas någon betydelse utan en betraktare, dvs. att betydelsebildningar alltid är relationella. Regissören kan i sammanhanget betraktas som verkets första betraktare.
- 60 Mikael Timm, "Gränslandets filmare. Bergman och den kulturella traditionen", *Chaplin*, juni 1988, nr 215/216, s. 95.
- 61 Artikeln illustreras med ytterligare ett Lennart Nilsson fotografi (Ingmar tillsammans med hustrun Käbi Laretei) samt fem filmbilder från aktuella filmer.
- 62 "I Am A Conjuror", *Time*, 14 mars 1960, s. 60 (s. 60-62, 65-66). Jämför öppningsmeningen i *Kommunistiska Manifestet*, "A spectre is haunting Europe", Karl Marx och Friedrich Engels, *Manifesto of the Communist Party*, 1847, [www.hartford-hwp.com/archives/26/176.html](http://www.hartford-hwp.com/archives/26/176.html), tillgänglig 14 februari 2007.

- 63 "I Am A Conjuror", 1960, s. 60.
- 64 Steene, "Besatt viking...", 1995, s. 105; Uppgift till Steene från Film Classics Inc. 9 oktober 1978.
- 65 Steene, "Besatt viking...", 1995, s. 103–104.
- 66 Birgitta Steene, "The Transpositions of a Filmmaker: Ingmar Bergman at Home and Abroad", *Tijdschrift voor Skandinavistiek*, vol. 19, nr 1, 1998, s. 103–128.
- 67 A.a.s. 105–106.
- 68 A.a.s. 105.
- 69 A.a.s. 114.
- 70 Steene skriver: "Apart from New York and other major cities, the majority of showings of his films, after their first initial commercial run, have been confined to university campuses, which have frequently served as local cinemateques, with a legacy of showing film classics on a relatively regular basis. This has created a unique exhibition pattern for Bergman's films in United States and may help explain his having become a household concept to a great many Americans with a college education. His average viewer has seen his films at a young and receptive age, and in a milieu socially geared to discussions of matters of concern to people during their formative years." (A.a.s. 116.)
- 71 Steenes användning av typiska Bergmanbetraktare har kritiserats för att vara reduktionistiskt samt för att bygga på ett alltför litet och inte statistiskt godtagbart undersökningsmaterial. (Sandberg 1997 och Miller 2003.) Detta är en vanlig kritik mot djupintervjuer som dock missar att alla metoder har sina svagheter.
- 72 Steene, "Manhattan Surrounded...", 1995, s. 153.
- 73 A.a.s. 154.
- 74 Bo Widerberg, *Visionen i svensk film*, Stockholm 1962, s. 29–30.
- 75 Nyss nämnda *Skammen* är ett undantag. Exempelvis satte Hollis Alpert filmen i samband med den svenska skammen över neutraliteten under andra världskriget. (Hollis Alpert, "Review of SHAME", *Saturday Review*, s. 22–23, 25 januari 1969.)
- 76 CBS Evening News 22 april 1976, kl 05.49.30–50; NBC Evening News 22 april, kl 05.43.20–40; ABC Evening News 22 april 1976, kl 05.22.50–23.20.
- 77 Steene, 1987, s. 245.
- 78 Verner Young, *Cinema Borealis. Ingmar Bergman and the Swedish Ethos*, New York 1971, s. 92.
- 79 Young, 1971, s. 114.
- 80 Koskinen, 1995, s. 126.

#### VOLVOS SVENSKHET VARAR?

- 1 "Saab" används om varumärket Saab, för närvarande ägt av GM. Skrivet med enbart versaler betecknar det Svenska aeroplan aktiebolaget, det vill säga företaget SAAB.
- 2 De olika märkena differentieras genom olika "nyckelassociationer" definierade av

Ford: *Aston Martin*: passion, performance, achievement [sedan 2007 inte längre en del av Ford]; *Ford*: genuine, progressive, smart; *Jaguar*: distinctive, sporting, desirable; *Land Rover*: adventure, guts, supremacy; *Lincoln*: grace, elegance, speed; *Mazda*: stylish, insightful, spirited; *Mercury*: innovative, expressive, individualistic; *Volvo*: expressive, dedicated, safe. (www.fordmotors.com, tillgänglig 28 juli 2005.) Dessa nyckelassociationer kan växla. 2001 var Volvos "safety for life". (Karjalainen, 2004, s. 50.)

- 3 Alla utom Chevrolet och Cadillac fungerar från 2005 som "focus brands", dvs. de har en klart fokuserad målgrupp och erbjuder endast modeller kongruenta med märkets image. Samma år bestämde sig GM för att fasa ut Oldsmobile.
- 4 Undersökningsmaterialet utgörs främst av företagets interna och externa engelskspråkiga material, samt tidnings- och tidskriftsartiklar, dvs. såväl Volvos identitetsskapande bilder, som de som skapas hos mottagaren (image) kommer att granskas.
- 5 Björn Elsässer, *Svensk bilindustri – en framgångshistoria*, Stockholm 1995, s. 91. Redan Emil Rathenau, ägare till AEG, lär i början av seklet ha sagt att "inte ens ingenjörer, som köper motorer, plockar dem i bitar. De köper efter utseende. Därför borde varje motor vara som en födelsedagspresent". (Hedkvist, 2002, s. 22.)
- 6 Karjalainen, 2004, s. 216.
- 7 Elsässer 1995 s. 93.
- 8 Fler svenska innovationer finns hos Kjell Sedig, *Svenska innovationer*, Stockholm 2002.
- 9 *Volvo Extra* [1960, nummer eller datum ej angivet] s. 4–5 [8 sidor] (KB, okat.); Samma text finns även i en fyrsidig version av *Volvo Extra* från samma år. *Volvo Extra* fanns i flera utgåvor på engelska, samt på franska. Nästan allt försäljningsmaterial i KB:s samlingar saknar tryckår. Jag har i hakparanteser angivet KB:s notering om ankomstår, som dock inte behöver sammanfalla med tryckåret. För denna undersökning har jag gått igenom KB:s okatalogiserade, engelskspråkiga material från Volvo.
- 10 Björn Elsässer, *Svensk bilindustri – en framgångshistoria*, Stockholm 1995, s. 42–43.
- 11 Elsässer, 1995, s. 67.
- 12 A.a.s. 178. 1955 exporterades 2 600 fordon, 1960 strax under 50 000. (A.a.s. 188.)
- 13 A.a, tabeller 7:1 a & b, s. 181.
- 14 *Financial and Operating Statistics 1994/95*, s. 34. (KB, okat.) www.volvocars.com/corporation/FactsandFigures/MarketsandSales, tillgänglig 20 januari 2008; Stuart Elliott, "Grand Theft Auto? No, Make Mine Volvo", *New York Times*, 11 november 2005.
- 15 Uppgifter från Christer Nilsson, General Motors Europe/Saab Automobile, e-post 7 februari 2008.
- 16 Björn-Eric Lindh, *Volvo. Personvagnarna – från 20-tal till 90-tal*, tredje reviderade upplagan, Malmö 1988 [1984], s. 9.

- 17 MasOlle var svåger med SKF:s vice verkställande direktör, och hade enligt egen uppgift länge verkat för att SKF skulle starta biltillverkning. Han hade också byggt en egen kaross till sin Voisin. Ett bestående resultat av MasOlles designverksamhet för Volvo är Volvosymbolen i form av tecknet för järn. (Björn Linn, "Svenska fordon – svensk form?", *Svensk industridesign. En 1900-tals historia*, (red. Lasse Brunnström), Stockholm 2004 [1997], s. 346 och 352.)
- 18 Hedvig Schönback, "Volvos bildesign", *Svensk Industridesign...*, 2004, s. 356.
- 19 Elsässer, 1995, s. 92–93.
- 20 Schönback, 2004, s. 363.
- 21 Lindh, 1988, s. 94.
- 22 "A Test – Guide to Volvo", *Motor Lift*, november 1957: *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, u.å., s. 42.
- 23 Elsässer, 1995, s. 95; Lindh, 1988, s. 94. Priset låg mellan \$2 100 och \$2 300 (a.a.s. 98). Se även jämförelse från 1965 hos "Volvo 544", *Road Test*, maj 1965: *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 82–86.
- 24 Griff Borgeson, "Swedish Invasion. PV 444", *Sports Cars Illustrated*, september 1956: *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 23.
- 25 Odat. annons, i *Forty Years of Selling Volvo. A Portfolio of Volvo's North American Advertising*, North Branch MN, u.å., s. 40.
- 26 *Copy platform car advertising*, AB Volvo, car division, Advertising and Sales Promotion [1971] s. 27, KB okatalogiserade samlingar, "Volvo engelskspråkigt PR-material". Hänvisningar till det stränga nordiska klimatet som argument för märkets kvalitet återkommer på bred front under 2000-talet. ("Your new Volvo v50 was created and developed in a country where other makers send their cars for testing – where the climate varies from the cold blizzards of winter to almost tropical summer heat. And where road quality varies from smooth racetrack to bumpy gravel road". Texten illustreras med ett snöklätt vinterlandskap. *Volvo. You Have Made A Choice. V50*, [2004]. KB, okat.)
- 27 *Volvo 240* [1989] s. 2. Även *Volvo 740*, 1989, s. 2–4, och *Volvo 760*, 1989, s. 2. (KB, okat.)
- 28 Lindh, 1988, s. 98.
- 29 A.a.s. 100–104.
- 30 Försäljningsbroschyrer (okat. KB) samt annonser i *Forty Years of Selling Volvo...*, u.å.)
- 31 Al Berger, "Tractable Tiger", *Speed Age*, juni 1959, i *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 66.
- 32 Citerat ur Lindh, 1988, s. 118.
- 33 Volvo framhåller även sina kvinnliga rallyförare, som Sylvia Österberg. (Se *Forty Years of Selling Volvo...*, u.å.)
- 34 Borgeson, "Swedish Invasion...", u.å., s. 23.
- 35 A.a.s. 25.
- 36 I Sverige skedde introduktionen av Volvo Amazon/120 redan hösten 1956, och den

- började säljas till svenska kunder under våren 1957. (Lindh, 1988, s. 134.) En historik över hur lanseringen gick till finns hos Bengt Sahlström, "Mot väst. Första Amazonen i USA", *Classic Cars*, nr 7, 2006, s. 18–22. Av upphovsrättsliga skäl kunde namnet Amazon användas endast i Norden. Namnet lär ha kommit till efter förslag från Margit Engellau, hustru till dåvarande Volvochefen. (Bengt Sahlström, "Jan Wilsgaard, Folk-Volvons formgivare", *Classic Cars*, nr 7, 2006, s. 27.)
- 37 "122-S Competition", *Car and Driver*, maj 1964: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 26.
- 38 Lindh, 1988, s. 144–147. P1800 belönades med guldmedalj för sin design på California State Fair 1961 och hade liksom Volvos övriga modeller framgångar på tävlingsbanorna i USA, dock inte lika stora som PV444/544.
- 39 A.a.s. 151. 10 338 bilar av 13 134 tillverkade, såldes i USA och Kanada.
- 40 A.a.s. 146.
- 41 *Volvo 1800S* [1965] (KB okat.).
- 42 *Volvo Extra* [1963, nummer eller datum ej angivet] s. 3 [4 sidor] (KB okat.). Utgivningen av *Volvo Extra* var oregelbunden. Ofta gavs den ut med anledning av bilmässor eller särskilda kampanjer. Utgivare var Volvo Public Relations Department, Göteborg. Tidningen trycktes normalt i omkring 10 000 exemplar, på engelska, franska, tyska och spanska. (Uppgifter från *Volvo Public Relations Bulletin*, nr 1, 1 1964 s. 11 [opag.]. KB okat.)
- 43 *122s a distinguished car for discerning people*, [u.å., ett blad]. (KB okat.)
- 44 *Volvo 140 Series*, [1971]. (KB okat.)
- 45 *Volvo Advertising Illustration Service 1969*, katalog med både reproducerbara och rekvirerbara bilder. Miljöer som ger associationer till England fanns nära Volvos huvudkontor i Göteborg. I en broschyr riktad till amerikanska turister, diplomater och militärer i Europa har 164:an parkerats på uppfarten till Tjolöholms slott. (*Tourist and Diplomat Sales*, [1973], KB okat.)
- 46 *Volvo Car Corporation Information Policy. Mission, Responsibilities and Guidelines*, [1992], s. 29. (KB okat.)
- 47 Se exempelvis *Volvo V70 XC AWD*, [1998]. (KB okat.)
- 48 "Road Test: Volvo 740 Turbo Wagon", *Road & Track*, juni 1985: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 62.
- 49 Citat ur broschyr om *Volvo 144 GT* [1971]. (KB okat.) I Europa engagerade sig Volvo åter i rallysporten med 340-serien. 343:an presenteras 1981 som "a European Rallycross Champion"; förare var Per Inge Walfridson.
- 50 *Volvo R Sport, Sporty driver's wear, winter collection 1980–81*. (KB okat.)
- 51 John Dinkel, "The Volvo Sedans", *Road & Track*, juni 1974: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 92.
- 52 Arthur St. Antoine, "Volvo 480ES", *Car and Driver*, februari 1986: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 109.
- 53 Dennis Simanaitis, "Volvo 850 GLT", *Road & Track*, oktober 1982: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 82.

- 54 Wes Raynal, "With Its Two New R Cars. Volvo Hopes to Wash Away Some of Its Conservative Image", *AutoWeek*, årg 53, nr 2, 13 januari 2003, s. 18–19.
- 55 Se ex. *Volvo 760 GLE Communication Directions*, [1982] (KB okat.).
- 56 Se ex. *Volvo 760 GLE*, [1983] (KB okat.).
- 57 *Volvo 760*, [1984] grekiskt tempel och down-town, *Volvo 780*, [1986] Michelangelos David samt *Volvo, 760* [1985] Domen i Florens. (KB okat.)
- 58 *Volvo 240 260 Station Wagons*, [1984], s. 10–11. (KB okat.)
- 59 *Buy Swedish quality – Buy a Volvo PV444*, [1956]. (KB okat.)
- 60 "Volvos värde varar" var resultatet av en pristävlan 1944 i samband med att PV444 presenterades. (Elsässer, 1995, s. 93.) Den har använts vid ett fåtal tillfällen i engelsk översättning. (*Volvo's Value Lasts*, [1981]. KB okat.) De båda andra engelska sentenserna är hämtade från ett annonsblad för PV444 [1957] samt *Volvo 122S*, [u.å.]. (KB okat.).
- 61 Lindh, 1988, s. 111.
- 62 "Road Test: Volvo 4-Speed Volvo", *Road & Track*, oktober 1958: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 10.
- 63 Usunier, 1996.
- 64 S. Saimée, "Customer Evaluation of Products in a Global Market", *Journal of International Business Studies*, årg 25, nr 3, s. 579–605.
- 65 "Road Research report: Volvo P1800", *Car and Driver*, september 1961: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 22.; "Volvo P1800", *Car and Driver*, maj 1964: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 29; "Road Test: Volvo 1800S", *Car and Driver*, juni 1966: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 37.
- 66 *What's behind [Volvo quality?]*, [1961] (KB okat.). Philip Benson reste till Sverige på ett årslångt stipendium från American-Scandinavian Foundation för att studera teater, och presenteras som "instructor at the University of Minnesota". De flesta av fotografierna är tagna av Hans Hammarskiöld. De visar mestadels interiörer från de besökta fabrikena samt Volvo-bilar, utan att omgivande miljöer betonas.
- 67 Citatet användes senare flera gånger av Volvo, exempelvis *Volvo*, [1968]. (KB okat.)
- 68 *Volvo* [1966] s. 3, *Volvo 144S* [1967] och *Volvo* [1968]. (KB okat.)
- 69 "Road Test: Volvo 122-S", mars 1965, *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 31.
- 70 *Quality. What's it all about?*, [1973, opag]. (KB okat.)
- 71 *Accessories. Volvo 760/780*, [1988], s. 16. (KB okat.)
- 72 Lars Henriksson, "Torslanda, Kalmar, Uddevalla – löpande bandet tur & retur", *Fjärde Internationalen*, nr 2, 1994, [www.socialistiskpartiet.se/e107\\_plugins/content/content.php?content.220](http://www.socialistiskpartiet.se/e107_plugins/content/content.php?content.220), tillgänglig 21 maj 2007.
- 73 Annon 1985 i *Forty Years of Selling Volvo...*, u.å., s. 91.
- 74 Se texten i *Volvo 760*, [1988], s. 4–5. (KB okat.)

- 75 Volvo 760, [1989], s. 6. (KB okat.)
- 76 *True character never fades. It matures.* [Volvo 760; 1987] (KB okat.)
- 77 I kombination med att det var uttjänta kaliforniska valnötsträd som annars skulle ha eldats upp som användes. *Walnut. The finest craftsmanship*, [1994]. (KB okat.)
- 78 *Volvo – a presentation* [1960] för den amerikanska marknaden. Samma år arrangerade Volvo en 32-dagars resa i samarbete med AAA (American Automobile Association) i norra Europa, med stopp i bland annat Köpenhamn, Göteborg, Oslo och Stockholm. (KB okat.)
- 79 Wilsgaard var utbildad vid det som idag är HDK i Göteborg. Efter en förfrågan från Volvo till skolan, rekommenderades han av Nils Wedel och Erik Johansson. (Sahlström, "Jan Wilsgaard...", 2006, s. 26–28.)
- 80 Volvo 122S, [1961] (KB okat.)
- 81 *Volvo 240 Series*, [1975]. Enda undantaget är en 245:a parkerad utanför ett falurött hus, som kanske kan ha tett sig en smula exotiskt för en amerikansk betraktare. (KB okat.)
- 82 *Volvo 242 244*, [1976], s. 12. (KB okat.)
- 83 Niss, 1994, s. 78–80.
- 84 A.a.s. 79.
- 85 A.a.s. 51.
- 86 Vid denna tid ansågs det endast i undantagsfall bidra till försäljningen att betona upphovslandet, exempelvis "Made in Germany" när det gäller teknik. En bestämmelse drevs igenom i England 1887 om att alla produkter måste märkas med upphovsland i syfte att begränsa importen av tyska varor. Under första världskriget blev "Made in Germany" ett sätt att hjälpa de engelska konsumenterna att undvika produkter från fienden. Men "Made in Germany" blev istället snart en kvalitetsmarkör och har så förblivit. (Gabriele Morello, "International Product Competitiveness; and the 'Made in' Concept", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993, s. 286–287.)
- 87 Edwin Krampitz, Jr, "Volvo's US Car Assembly Plant", *Auto History On Line*, [www.autohistory.org/feature\\_4.html](http://www.autohistory.org/feature_4.html), tillgänglig 22 juni 2005.
- 88 [www.autointell-news.com/european\\_companies/volvo\\_cars/volvo-mfg/volvo-halifax-closure.htm](http://www.autointell-news.com/european_companies/volvo_cars/volvo-mfg/volvo-halifax-closure.htm), tillgänglig 22 juni 2005.
- 89 "Volvo is called the 'tough one'. And today, it's being built right here in Canada." (Annoni, i *Forty Years of Selling Volvo...*, u.å., s. 16.)
- 90 Studier har visat att potentiella amerikanska bilköpare alltid uppfattar en förflyttning av produktionen till Tyskland som en kvalitetsförbättring oavsett märke. (Usunier, 1996, s. 286.)
- 91 Niss, 1994, s. 22.
- 92 David E. Davis Jr, "Viewpoint: Volvo 242GT", *Car and Driver*, december 1977: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 71.



- 93 Dan Jedlicka, "Different roles suit new Regal Gran Sport, Volvo 940", *Chicago Sun – Times*, 27 februari 1991. I samma artikel skriver recensenten att Volvo har en "no-nonsense German-car feel".
- 94 "Road Test: Volvo 122-S", *Road & Track*, september 1959; *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 11.
- 95 Lindh, 1988, s. 157–159.
- 96 A.a.s. 179.
- 97 Elsässer, 1995, s. 97. I Storbritannien kallas dessa modeller *Estates*.
- 98 A.a.s. 102 och 190; Lindh, 1988, s. 215.
- 99 Karjalainen, 2004, s. 116. Uppgiftslämnarna är anonyma i avhandlingen.
- 100 Zetterlund, 2002, s. 73; Karjalainen, 2004, s. 189.
- 101 Andrew Houlding, "If the Government Ran Like a Volvo, It Wouldn't Be Shutting Down", *AutoWeek*, vol. 46, 11 januari 1996, s. 11.
- 102 100 000 miles motsvarar ungefär 16 000 mil. Det finns webbsajter för både Volvo och Saab där förare anmäler hur långt deras älsklingsbilar rullat. I synnerhet Volvo har ett rykte om att kunna bli långmilare, i ett land där många bilförare tar lättvändigt på tillverkarens rekommenderade serviceintervall.
- 103 Houlding, 1996, s. 11.
- 104 *A Volvo Is Waiting – for your trip in Europe*, [1962]. (KB okat.)
- 105 Både smörgåsbord och ABBA användes som lockbete i texten. (*Let Volvo Hand You The Keys To Sweden*, [1978]. KB okat.)
- 106 *Collecting Your New Volvo at the Factory Gives a Flying Start to Your Swedish Holiday Trip* [1979]. (KB okat.)
- 107 Wästberg & Wästberg, 2003, s. 159.
- 108 Niss, 1994, s. 9.
- 109 Se i synnerhet annonser från hösten 1992. (*Forty Years of Selling Volvo...*, u.å., s. 123.)
- 110 Karjalainen, 2004, s. 123.
- 111 *Volvo 850 GLT/GLE Estate. Communication and Marketing Directions*, [1993], s. 22. (KB okat.)
- 112 *Volvo Brand Management Policy*, [1997], s. 12. (KB okat.)
- 113 "It's swift, sexy, and from Volvo?", *AutoWeek*, vol. 48, nr 21, 18 maj 1998, s. 22–23.
- 114 Karjalainen, 2004, s. 126.
- 115 *National Highway Transport Safety Authority, U.S.*, [www.nhtsa.dot.gov/cars/testing/ncap/](http://www.nhtsa.dot.gov/cars/testing/ncap/), tillgänglig 21 maj 2007.
- 116 Hedkvist, 2002, s. 218.
- 117 "Scandinavian design incorporating light and simplicity, credibility, humanism and functionality" (*Volvo Design Philosophy*, citerad ur Karjalainen, 2004, s. 189.)
- 118 A.a.s. 131.
- 119 A.a.s. 121.

- 120 A.a.s. 189.
- 121 A.a.s. 142.
- 122 A.a.s. 190.
- 123 A.a.s. 145.
- 124 Hedvig Hedqvist, "Volvos ränder går aldrig ur", *Svenska Dagbladet*, 9 oktober 1999.
- 125 A.a..
- 126 Lasse Swärd, "Volvo fick designpris för s80", *Svenska Dagbladet*, 11 mars 1993.
- 127 Michael Åhman, "Volvo på världens största veteranbilsmässa", *Auto motor & sport*, [www.automotorsport.se](http://www.automotorsport.se), tillgänglig 4 mars 2005.
- 128 Se reklamfilmen *Volvo Brand Film*, 10 februari 2000, producerad av reklambyrån MVBMS där Assar Gabrielsson och Gustaf Larsson är inklippta tillsammans med berättelsen om att bygga bilar som skyddar livet: "Therefore, the guiding principle behind everything we do is, and will remain, safety."
- 129 Med genealogi avser jag här att märkets historia följs bakåt, dvs. jag låter nuet bilda utgångspunkt, precis som vid släktforskning. Detta perspektiv skiljer sig från historieskrivningens där en berättelse struktureras kronologiskt och äldre händelser föregår (och antas kunna påverka) senare.
- 130 Zetterlund, 2002, s. 72–73.
- 131 Björn Jutterdahl, manager of market communications, Volvo Cars, Göteborg, använder istället benämningen "Nordic": "...Jutendahl say that the Nordic design is an important element both for those who are designing Volvo cars and for those who are working with the advertising. The general perception of Sweden and the Swedish people around the world is both positive and negative. Swedish people are sometimes thought to be bitter, quiet and somewhat introvert. The Swedish products on the other hand are acknowledged as quality products. Certainly, Volvo wants to utilize the Swedish inheritance, which in the case of Volvo are safety, quality, and environmental awareness. These features can be lined to Swedish and the Nordic values." (Edit Lundman Kerekes och Linda Tonvall, *Two countries, one image – A case study of Volvo Cars in Sweden and in Hungary*, D-uppsats vid Luleå Tekniska universitet, 2002, s. 36, [epubl.luth.se/1404-5508/2002/031/index.html](http://epubl.luth.se/1404-5508/2002/031/index.html), tillgänglig 20 maj 2007.)
- 132 *The All-New S40 Launch Top Questions*, [2003], samt *Attitude Adjustment. The All. New S40*, [2003]. (KB okat.)
- 133 *The All-New S40 Launch Top Questions*, [2003]. (KB okat.)
- 134 Karjalainen, 2004, s. 117.
- 135 Dag Hogsten, "Snubblar i starten – vinner i längden", *Teknikens Värld*, nr 22, 2003.
- 136 *Attitude Adjustment. The All. New S40*, [2003]. (KB okat.)
- 137 Mest missnöje orsakade de höga ljudnivåerna, bristande acceleration på motorvägar och den tunga styrningen vid parkering. ("Volvo 544", *Road Test*, maj 1965, s. 86.) De undersökningar som jag haft tillgång är huvudsakligen kvantitativa,

- och missar därför sannolikt vagare, kvalitativa associationer kring exempelvis COO.
- 138 "Owner Survey: Volvo 1800/122/144", *Road & Track*, mars 1969: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 61-63.
- 139 "Owner Survey: Volvo 240 Series", *Road & Track*, juli 1977: *Road & Track On Volvo 1977-1994*, Newport Beach u.å., s. 15.
- 140 A.a.s. 16.
- 141 "Road Test: Volvo 760 GLE", *Road & Track*, mars 1982: *Road & Track On Volvo 1977-1994*, Newport Beach u.å., s. 40.
- 142 "Volvo 740 GLE", *Road & Track*, mars 1989, i *Road & Track On Volvo 1977-1994*, Newport Beach u.å., s. 68.
- 143 Simanaitis, "Volvo 850 GLT", u.å., s. 80. Volvo använde senare "This is not your uncle Olaf's Volvo" i marknadsföringen! (Annons från 1993 i *Forty Years of Selling Volvo...*, u.å., s. 111.)
- 144 *Guide for leaders. Creating the Strategic Difference*, [1994], s. 10. (KB okat.)
- 145 Se exempelvis *Volvo S40/V40*, [2001]. (KB okat.)
- 146 Svend Aage Nielsen, "Scandinavia and the auto age", *Motor Trend*, oktober 1953, s. 36.
- 147 "Road Test: Volvo PV444", *Road & Track*, april 1957: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 5.
- 148 "Used Car Classic: Volvo 122-S & P 1800", *Road & Track*, februari 1977: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 96.
- 149 Thos L. Bryant, "Road Test: Volvo 122-S", *Road & Track*, september 1959: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 5.
- 150 Jerry Titus, "Road Test: Volvo 544 Sports", *Sports Car Graphic*, april 1962: *Volvo PV444 & PV544, 1945-1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 74.
- 151 "Road Test: 4-speed Volvo...", u.å., s. 9.
- 152 "Volvo 544...", u.å., s. 87.
- 153 Annonns, sannolikt 1966, i *Forty Years of Selling Volvo...*, u.å., s. 15.
- 154 "No official explanation has ever been offered for this by Volvo, but according to informed sources in car design circles, the Volkos were not copied from American styles, nor were obsolete dies involved. Instead, it was a matter of certain stylists themselves who conformed to particular theories of design." ("Road Test: Volvo 122-S", *Motor Trend*, oktober 1961: *Volvo 120 Amazon. Ultimate Portfolio*, Cobham u.å., s. 55.)
- 155 "Road Test: Volvo 122-S", *Road & Track*, september 1959: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 5.
- 156 John Christy, "Volvo 122S. Road Test", *Sports Cars Illustrated*, augusti 1960: *Car and Driver. On Volvo 1955-1986*, Los Angeles 1986, s. 116.
- 157 "Road Test: Volvo 122S", *Car and Driver*, april 1962: *Car and Driver. On Volvo 1955-1986*, Los Angeles 1986, s. 25.
- 158 "Road Research report: Volvo P1800", 1986, s. 17.

- 159 "Technical Analysis: Volvo P-1800", *Road & Track*, mars 1961: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 19.
- 160 "Road Test: Volvo 1800E", *Road & Track*, februari 1970: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 52.
- 161 "Road Test: Volvo 1800ES", *Road & Track*, april 1967: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 81.
- 162 "Road Test: Volvo 164", *Road & Track*, maj 1969: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 64. Även: "Road Test: Volvo 164", *Car and Driver*, juli 1969: *Car and Driver. On Volvo 1955-1986*, Los Angeles 1986, s. 45.
- 163 "Road Test: Volvo 164", 1986, s. 45-47.
- 164 "Road Test: Volvo 144S", *Road & Track*, april 1967: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 52; Thos L. Bryant, "The Volvo Evolution", *Road & Track*, januari 1979: *Road & Track On Volvo 1977-1994*, Newport Beach u.å., s. 12; Jonathan Thompson, "Volvo 780 Coupe", *Road & Track*, januari 1987: *Road & Track On Volvo 1977-1994*, Newport Beach u.å., s. 66.
- 165 1977 säger Wilsgaard att målsättningen var att utforma en interiör på 262C som var "modern without being too modern for the overall concept of the car". (John Dinkel, "The Luxurious Volvo 262C", *Road & Track*, juli 1977: *Road & Track On Volvo 1977-1994*, Newport Beach u.å., s. 5.)
- 166 "A family-type sports car". ("Road Test: Volvo 4-Speed Volvo", u.å., s. 9.)
- 167 "Road Test: Volvo P-1800", *Road & Track*, juni 1960, *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 15. Med en liten sammanblandning av Norge och Sverige beskrivs modellen med orden: "Sports car enthusiasts look closely, there may be a Fjord in your future".
- 168 "Road Test: Volvo P-1800S", *Road & Track*, oktober 1965: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 48.
- 169 Borgeson, u.å., s. 26.
- 170 "Road Test... Sweden's Hot Volvo", *Motor Life*, oktober 1956: *Volvo PV444 & PV544, 1945-1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 23.
- 171 "A Hotter Volvo. Road Test", *Sports Cars Illustrated*, oktober 1957: *Car and Driver. On Volvo 1955-1986*, Los Angeles 1986, s. 13.
- 172 Floyd Clamer, "Floyd Clamer Road Tests the Volvo 122S", *Auto Topics*, u.å.: *Volvo 120 Amazon. Ultimate Portfolio*, Cobham u.å., s. 121.
- 173 "Road Test: Volvo 122-S", *Road & Track*, juni 1961: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 24.
- 174 "Road Test: Volvo P-1800S", u.å., s. 45.
- 175 "Road Test: Volvo 144S", *Road & Track*, u.å., s. 52.
- 176 "Road Test: Volvo 144S", *Car and Driver*, 1986, s. 38. I undersökningsmaterialet återfinns även skrivningar som "The Volvo 1800E (for einspritz, fuel injection) is to Swedish machinery what Anita Ekberg is to fantasy and that country's furniture is to compatible utility". ("Road Test: Volvo 1800E", *Car and Driver*, maj 1970: *Car and Driver. On Volvo 1955-1986*, Los Angeles 1986, s. 48.)

- 177 Sagt apropå Volvo 262C av Dinkel, "The Luxurious Volvo 262C", u.å., s. 5.
- 178 Wilsgaard var själv född i USA, uppvuxen i Grekland och Norge, samt utbildad på Slöjdföreningens skola i Göteborg. (Christine Öberg, "Mannen som ritade Volvo – och skapade Amazonen", *Göteborgs-Tidningen*, 29 januari 1997.) 1964 studerade han på stipendium vid Art Center College of Design i Pasadena, Kalifornien. Två år senare blev han designchef vid Volvo. (Jean Lindamood, "Volvo Design", *Car and Driver*, juli 1982: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 94.)
- 179 Sahlström, "Jan Wilsgaard...", 2006, s. 26–28.
- 180 Dennis Simanaitis, "Volvo 760GLE", *Road & Track*, juli 1982: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 34. Se även "Road Test Update: Volvo 760GLE V6", *Road & Track*, September 1983: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 43, samt Mel Nichols, "Volvo 760GLE", *Car and Driver*, maj 1982: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 89.
- 181 "Road Test: Volvo 740 Turbo Wagon", u.å., s. 60.
- 182 Patrick Bedard, "Volvo 760GLE", *Car and Driver*, juli 1982: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 91–92.
- 183 David E. Davis Jr, "Volvo GL", *Car and Driver*, april 1980: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 76.
- 184 Telefonintervju med Daniel Johnston, Volvo North America, 3 juni 2005.
- 185 Rich Ceppos, "Volvo GLT Turbo", *Car and Driver*, februari 1981: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 84.
- 186 "Six Car Comparison Test", *Car and Driver*, januari 1973, s. 31.
- 187 "Swedish Utility Vehicle", *AutoWeek*, årg 48, nr 49, 30 november 1998, s. 24.

#### SAAB – MED FLYGBRÄNSLE I BLODET

- 1 Liksom i studien av Volvo utgörs undersökningsmaterialet av tidnings- och tidskriftsartiklar, kundundersökningar, samt företagets marknadsföringsmaterial och interna dokument, i den mån sådana gått att uppbringa.
- 2 Planer på att tillverka bilar fanns dock redan 1945. Från detta år stammar en skiss av Gunnar Ljungström, reproducerad hos Anders Tunberg, "Saabs bildesign. Cockpitkänsla och särpräglad kaross", *Svensk Industridesign. En 1900-tals historia*, (red. Lasse Brunnström), Stockholm 2004 [1997], s. 376.
- 3 Elsässer, 1995, s. 75–76. Det finns uppgifter om att Saab företog en marknadsundersökning 1945 som visade att det var mindre och billigare bilar som skulle komma att efterfrågas efter kriget. Det finns dock inga spår av denna undersökning, enligt Björn-Eric Lindh, som förmodar att det istället kan ha handlat om en studie av förkrigstidens bilmärknad. (Björn-Eric Lindh, *Saab. Bilarna de första 40 åren*, Stockholm 1987, s. 11.)
- 4 Eric Dymock, *Saab. Half a Century of Achievement. 1947–1997*, Sutton Veny, 1997, s. 49.
- 5 "Project Saab 92", *Saab-Scania Information*, nr 1, april 1982, s. 8–9.

- 6 Om Sixten Sason, se: Björn-Åke Sköld, "Sixten Sason", *Svensk Industridesign...*, 2004, s. 104–119. Sasons arbete för Saab kan ha börjat så tidigt som 1944. (A.a.s. 110.)
- 7 Dymock, 1997, s. 44.
- 8 Tunberg, 2004, s. 376.
- 9 Elsässer, 1995, s. 95–96.
- 10 Långt före introduktionen 1956 rapporterade amerikanska tidskrifter om den märkliga svenska bilen. Till och med namnet föreföll underligt: "Car of the month is the strangest sounding SAAB...", skriver *Motor Trend* i december 1951 ("Overseas Newsletter"). Samma tidning har två år senare en längre artikel om den svenska bilindustrin, och de svenska bilarnas utmärkta vinteregenskaper. Vikingaättlingarna håller sina största tävlingar på vinterisen, rapporterar tidningen, och illustrerar med en bild av ett vikingaskepp. (Svend Aage Nielsen, "Scandinavia and the auto age", *Motor Trend*, oktober 1953, s. 34–36, 93–94.) Och 1955 introducerar *Road & Track* Saab 92-B, som har "aeronautical engineers for parents and swept-wing fighters for cousins". ("Sweden's Popular Saab", *Road & Track*, mars 1955, s. 38–39.) Det hade alltså byggts upp ett visst förhandsintresse bland de specialintresserade före introduktionen i New York 1956.
- 11 Dymock, 1997, s. 136–137.
- 12 Lindh, 1987, s. 65.
- 13 Saab Press information, SO-7-58, 10 februari 1958. (KB okat.) Se även *Saab Sales Handbook* [1969], s. 3. Jag har gått igenom KB:s samlingar av Saabs engelskspråkiga trycksaker från 1955. Under senare decennier tunnans materialet ut, sannolikt beroende på att skrifterna i större omfattning har tryckts utanför Sverige och därför inte omfattas av KB:s insamlingsuppdrag. Jämförelsevis innehåller samlingarna mindre marknadsföringsmaterial än Volvos. Det är ofta svårt att avgöra vilka engelskspråkiga marknader som trycksakerna är avsedda för, även om jag noterat särskiljande drag som stavning, måttenheter och höger- vs vänsterstyrning.
- 14 Lindh, 1987, s. 64–65.
- 15 Dymock, 1997, s. 141.
- 16 "Road Test: Saab Special", *Car and Driver*, mars 1956, s. 86.
- 17 Lindh, 1987, s. 68–69.
- 18 Saab Press information, SO-3-58, februari 1958. (KB okat.)
- 19 Lindh, 1987, s. 71. Dymock anger något avvikande siffror. (Dymock, 1997, s. 142)
- 20 Dymock, 1997, s. 139. Det sägs att Melldes sjätteplats berodde på språkförbistring. När Melde frågade kartläsaren "left?" fick han svaret "right!" och svängde felaktigt höger. (A.a.s. 140.)
- 21 A.a.s. 140.
- 22 Lindh, 1987, s. 69–70.
- 23 Dymock, 1997, s. 94–95.
- 24 "Saab 99 & 99E", *Road & Track*, augusti 1973: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 19.

- 25 Dymock, 1997, s. 143.
- 26 Saab Press information, MP-11-64, februari 1964. (KB okat.)
- 27 Elsässer, 1995, s. 189–191.
- 28 Stephan Wilkinson, "Saab 99EMS", *Car and Driver*, augusti 1976, s. 59.
- 29 Dymock, 1997, s. 117–120.
- 30 A.a.s. 120.
- 31 A.a.s. 143–145.
- 32 Lindh, 1987, s. 163.
- 33 A.a.s. 163.
- 34 En god källa för jämförelse, vid sidan av reklam och produktkataloger, är de pressbilder som Saab tillhandhöll. Förteckningar finns i KB:s okatalogiserade samlingar.
- 35 *In the eyes of the customer. Saab*. [1987] s. 3. (KB, okat.)
- 36 Saab hade fört diskussioner med Lancia sedan 1974. (Dymock, 1997, s. 126.)
- 37 Tunberg, 2004, s. 392–393.
- 38 A.a.s. 145.
- 39 Faktiskt blev ingen av de modeller som togs fram på "Type Four"-plattformen någon succé. Alfa Romeo 164 blev den modell som hölls kvar längst i produktion, och som också möttes av mest uppskattning.
- 40 Dymock, 1997, s. 145.
- 41 Lindh, 1987, s. 179.
- 42 Dymock, 1997, s. 135.
- 43 Kevin A. Wilson, "Still Swedish, More Modern", *AutoWeek*, vol. 47, nr 29, 21 juli 1997, tillgänglig via EBSCO MegaFILE.
- 44 Natalie Neff, "Target Practice" *AutoWeek*, årg 52, nr 30, 22 juli 2002, tillgänglig via EBSCO MegaFILE.
- 45 Carrie Roca, "Saab Finds Different A Road. The SUV Bandwagon Marches On", *AutoWeek*, årg 55, nr 27, 11 juli 2005, tillgänglig via EBSCO MegaFILE.
- 46 Lindh, 1987, s. 68–69.
- 47 "Saab 99 & 99E", *Road & Track* augusti 1973..., s. 20.
- 48 A.a.s. 20–21.
- 49 "Saab & Saab Turbo. Owner Survey", *Road & Track*, maj 1984: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 60–61.
- 50 Angående Audi, se *Saab Marketing Strategy Document*, [1995], s. 12. (KB, okat.)
- 51 *Road Map for the 1990s. A Communication Concept*, [1989]. (KB, okat.)
- 52 *Saab Marketing Strategy Document*, [1995], s. 18. (KB, okat.)
- 53 *Road Map for the 1990s. A Communication Concept*, [1989]. (KB, okat.)
- 54 A.a.
- 55 *Saab Marketing Strategy Document*, [1995], s. 20. (KB, okat.)
- 56 Det blev under 1990-talet vanligt att jämföra Saab med Apple, efter att det Kalifornienbaserade företaget lyckats vända en lång nedåtgående trend och använda sin excentriska image till att bygga en identitet kring nytänkande, originalitet och nyskapande design.

- 57 *Saab Marketing Strategy Document*, [1995], s. 15. (KB, okat.)
- 58 "Road Test: Saab 99", *Car and Driver*, april 1970, s. 66.
- 59 Anthony Frausto-Robledo, "Apple and Saab: These Two Brands Reveals Lessons for Both Companies, Their Shareholders and Their Customers", 10 juni 2004, [www.architosh.com/news/2004-06/2004c-0610-saab.phtml](http://www.architosh.com/news/2004-06/2004c-0610-saab.phtml), tillgänglig 21 maj 2007.
- 60 *Saab*, [1978]. (KB, okat.)
- 61 I synnerhet Erik Carlsson är en legend inom rallysporten. Se exempelvis Doug Nye, "Erik Carlsson", *Road & Track*, januari 1983; *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, USA, u.å., s. 58–59.
- 62 Dymock, 1997, s. 65.
- 63 *Twenty years of Saab automobiles*, [1970] s. 11. (KB, okat.)
- 64 Se exempelvis *Saab*, [1967]. (KB, okat.)
- 65 "Saab 900 Turbo 5-Door", *Road & Track*, april 1979; *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 39.
- 66 *Saab 9000i 16*, [1986]. Även i sortimentet av accessoarer kopplas bilar och flyg samman, i affischer, dekal och på tröjor med tryck som "50 years in the air, 40 years on the road". Tröjan finns i *Saab-branded items*, [1987], s. 4. (KB, okat.)
- 67 *An Explanation, In Plain English, Of The Most Technologically Advanced Car Of The 1980's. Saab 1983*, [1982] s. 25. (KB, okat.)
- 68 *Drive the car that came from a plane*, [1997]. (KB, okat.)
- 69 *The Underlying Principle*, [1985]. (KB, okat.)
- 70 [www.ashill.org/saab/brochures](http://www.ashill.org/saab/brochures), tillgänglig 21 maj 2007.
- 71 Ralph T. Millet ställde frågan till *Road & Track*:s läsare 1956 om de tyckte att Sonetten skulle börja tillverkas. Han sände ut beskrivning och bilder till dem som var intresserade. (Ralph T. Millet, "Do You Like Saab's Sonett?", *Road & Track*, oktober 1956, s. 5.)
- 72 Saab Sonett blev omskriven i bl.a. *The New York Times. Saab Sales Digest*, nr 1, 1966, s. 6 [opag. 8 sidor]. (KB, okat.)
- 73 Lindh, 1987, s. 121–133.
- 74 *Saab Sonett II*. (KB okat.)
- 75 *Saab Sonett III*, [1970]. (KB okat.) Det framhålls i broschyren att bilen var ritad av Sergio Coggiola.
- 76 "Saab Sonett III", *Road and Track*, vol. 21, nr 10, juni 1970, s. 106; "Import for American Tastes", *Motor Trend*, vol. 22, nr 5, maj 1970, s. 24.
- 77 Lindh, 1987, s. 133.
- 78 Se t.ex. *Saab Sport & Rally*, [1978], s. 2. (KB okat.) I katalogerna under sjuttio-talet upplyser dock företaget om att trimningsutrustningarna, på grund av avgasbestämmelserna, inte får användas på bilar i reguljärt bruk i USA.
- 79 Tekniken går tillbaka på Louis Renaults innovation 1902. I USA hade GM:s Oldsmobile Jetfire och Corvair Monza utrustats med turboaggregat redan 1962.
- 80 Lindh, 1987, s. 156–160.



- 81 A.a.s. 158.
- 82 *Saab*, [1978]. (KB, okat.) Mer udda i sammanhanget är bilder av en Saab 95 Station Wagon 1971, med två män med bergsklättringsutrustning i bakgrunden. Bilden återkommer i flera broschyrer, liksom även bilder på ett ungt par som är ute med röda plasthinkar, i vad som synes vara ett brittiskt höglandslandskap och vid ett rustikt byggt stenhus. (Se t.ex. *Saab 95/96*, [1971], KB, okat.)
- 83 Baksidan av produktbroschyren *Saab 900 Turbo*, [1978]. (KB, okat.)
- 84 *Sponsorship Material Saab 83*, [1982]. (KB, okat.)
- 85 Som genom ett slags halo-effekt smittade benämningen Super Swedes emellertid av sig också på storebror Volvo. (Csaba Csere, "IPD Super Swedes. Comparison Test", *Car and Driver*, mars 1984: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 98–99. Test av Volvo 240GLT och Saab 900 Turbo.)
- 86 Ove Sellberg, Mats Lanner och Magnus Persson.
- 87 Blonda damer finns exempelvis på badbilderna i *Saab 92* [1954] och *Saab 93* [1956]. (KB, okat.)
- 88 *Saab 93F*. (KB, okat.)
- 89 *Saab 1967*, [1966] är ett bra exempel. (KB, okat.) Såväl på omslaget, som på allt bildmaterial i produktbroschyren inklusive sprängskisserna där föraren tydligt framgår körs bilarna av kvinnor. På bilderna av bilar under verklig körning (alltså inte arrangerade PR-bilder) framförs dock bilarna av män.
- 90 Ett undantag är några vinterbilder från sjuttioalets mitt. Se *Saab*, [1976] s. 5. (KB, okat.)
- 91 *This is Sweden's idea of an expensive toy*, [1968]. (KB, okat.)
- 92 *Saab V4*, [1970, opag.]. (KB, okat.)
- 93 *Saab 93 – A still better car*, [1957]. (KB, okat.)
- 94 Dymock, 1997, s. 141.
- 95 Lindh, 1987, s. 196–197.
- 96 JD Powers undersökning. (Dymock, 1997, s. 145.)
- 97 [www.jdpower.com/autos/brand-ratings](http://www.jdpower.com/autos/brand-ratings), tillgänglig 24 maj 2007.
- 98 Kurt Vonnegut, "Därför fick jag inte Nobelpriset", *Aftonbladet*, 10 december 2004.
- 99 "Road Test: Saab 99", *Car and Driver*, april 1970, s. 67.
- 100 "Saab 99", *Fuel Saver Guide*, 1974: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 26.
- 101 "Saab 900 Turbo 4-Door", *Road & Track*, juni 1980: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 49.
- 102 Andrew Bornhop, "1999 Saab 9-5 SE. The newest Saab is the torque of the town", *Road and Track*, årg 49, nr 9, s. 78–83.
- 103 "Different is Good", *AutoWeek*, vol. 48, nr 39, 21 september 1998, s. 24–25.
- 104 Se exempelvis broschyr för *Saab 95* [1961]. På omslagets fram och baksida gestaltas olika sätt att använda bilen, med hjälp av stiliserade figurer, till synes utklippta i färgat papper. På framsidan sitter fem vuxna och två barn i bilen,

på baksidan två vuxna med mängder av bagage. Formgivningen är spektakulär. Det mesta av brödtexten ligger på separata blad i mindre format i nederkant, så att läsaren hela tiden ser bilderna på insidan av omslaget. En del av broschyren är dessutom tryckt på ett grövre papper. (*Saab 95; Seven-seat station wagon with aircraft quality Saab 95*, [1961]. KB, okat.)

- 105 "Saab 99 & 99E", *Road & Track* augusti 1973, s. 19.
- 106 *Saab 99L*, [1974], s. 7. (KB, okat.)
- 107 Tunberg, 2004, s. 384–387.
- 108 Stephen Wilkinson, "Saab 99EMS", *Car and Driver*, augusti 1976, s. 62.
- 109 "Saab 900 Turbo 5-Door", *Road & Track*, april 1979, s. 38.
- 110 "Road Test: Saab 99", *Car and Driver*, april 1970, s. 66.
- 111 "Saab 900 Turbo 4-Door", *Road & Track*, juni 1980, s. 49.
- 112 John Phillips, "Saab 900SE", *Car and Driver*, vol. 39, nr 5, november 1993, s. 77.
- 113 A.a.s. 77.
- 114 *Identity Program*, [1984]. (KB, okat.) Vid denna tid får Carl Fredrik Reuterswärd i uppdrag att utforma en ny symbol för Saab. Det runda blå märket fick Scania's symbol, gripen, i mitten, utformad i rött och guld, användes fram till separeringen och försäljningen av personbilsdivisionen.
- 115 "Saab 900 Turbo 4-Door", *Road & Track*, juni 1980, s. 49.
- 116 *In George Orwell's '1984', Oceania promised us conformity, convention and compliance. At Saab we never do things by the book*, [1999]. (KB, okat.)
- 117 Neff, 2002.
- 118 "Saab Sonett V4", *Car and Driver*, juli 1968, s. 47.
- 119 "Test drive of the Saab 900S", *Road and Track*, åtg. 37, nr 12, augusti 1986, s. 73.
- 120 Saab reklamfilm, "Easily Mistaken for a Summer Car", [www.youtube.com/watch?v=CGxNhooNftY](http://www.youtube.com/watch?v=CGxNhooNftY), tillgänglig 12 november 2006.
- 121 Selma Lagerlöf har getts ut i ett flertal amerikanska utgåvor, den första av Harper & brothers i New York 1907. Utställningsrummet var ritat av Anders Wilhelmsson.
- 122 Se exempelvis Paul Horell, "Ice Breaker", *Motor Trend*, vol. 58, juni 2006, s. 118–121.
- 123 Thos L. Bryant, "Turbocharging the Saab 99", *Road & Track*, december 1976: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 29.
- 124 Ron Kiino, "Road Test 2005 Saab 9-2X Aero. Sushi rolled in a Swedish pancake", *Car and Driver*, vol. 50, nr 1, juli 2004, s. 88.
- 125 Phillips, 1993), s. 77.
- 126 *Saab 92* [1954] och *Saab 93* [1956]. (KB, okat.)
- 127 *Saab 96L 95L*, [1976], s. 4. (KB, okat.) Liknande formuleringar återfinns även ofta under åttiotalet.
- 128 *Europe by Saab*, [1965]. (KB, okat.) På någon enstaka bild i informationsmaterialet ses en Saab i en svensk miljö, som framför Stockholms stadshus i *Saab European Delivery Program* [1965].

- 129 [www.saabusa.com/saabjsp/military/pickup.jsp](http://www.saabusa.com/saabjsp/military/pickup.jsp), tillgänglig 14 november 2006.
- 130 *Design*, [1999]. (KB, okat.)
- 131 Exemplen tagna ur *Saab 1999*. (KB, okat.)
- 132 *Saab Approved Used Cars. Range 1997–2001*, [2001], s. 6. (KB, okat.)
- 133 *Saab brand colour palette guidelines*, [2002], s. 27. (KB, okat.)
- 134 Peter Sandberg, "Oklart vilka bilar som ska tillverkas i Trollhättan", *Dagens Nyheter*, 21 maj 2005.
- 135 Stephan Lövgren, "Det räcker inte med bara cabrioletter", *Göteborgs-Posten*, 26 maj 2005.
- 136 David Dunkler, "Saab 9000 CD", *Car and Driver*, vol. 35, nr 12, juni 1990, s. 141–145.
- 137 "Attack of the Topless Swede", *Car and Driver*, vol. 39, nr 9, mars 1994, s. 30.
- 138 "Road Test: Saab 99", *Car and Driver*, juli 1969, s. 61.
- 139 Danny Hakim, "Building Autos With the Same DNA. Saab's New S.U.V. Has a Lot in Common With Buick, GMC and Isuzu", *The New York Times*, 22 februari 2005. Formuleringen torde vara en anspelning på "a fake blonde" och därigenom även anspela på Sveriges PCI.
- 140 Kiino, 2004, s. 85–89.
- 141 "Swedish Seoul", *Car and Driver*, vol. 50, nr 11, maj 2005, s. 37.
- 142 Kiino, 2004, s. 86.
- 143 Dan Neil, "Swede Style", *Star Tribune*, 11 maj 2006.

#### ABSOLUT SVERIGE

- 1 Kenth Olsson, *Absolut story, från vikingar till vodka*, Kristianstad 2002, s. 9. Den första provsändningen skickades 12 februari 1979. (A.a.s. 39.)
- 2 Utformad av TBWA. Enligt Lewis är det osäkert vilken annons som först gick ut. Det kan ha varit Absolut Heaven, där flaskan har ett par änglavingar. (Richard W. Lewis, *Absolut Book*, Boston 1996, s. 14.)
- 3 Olsson, 2002, s. 14.
- 4 Endast en halv procent av den amerikanska vodkakonsumtionen var importsprit vid introduktionen av Absolut. (A.a.s. 121.)
- 5 Om ej annat uppges är faktauppgifterna i detta kapitel hämtade från Absolut Vodkas presstjänst. (Absolut Press Room, [absolut.com](http://absolut.com), tillgänglig 26 april 2005.)
- 6 Håkan Forsberg, "Ren och klar reklamsuccé", *Svenska Dagbladet*, 15 juli 2003.
- 7 Carl Hamilton, *Absolut. Historien om flaskan*, Stockholm 1994.
- 8 1961 började Explorer säljas i Sverige, men flaskans form ändrades snart eftersom den rullade svårkontrollerat på systembolagets hyllor. (*Design Sigvard Bernadotte*, Stockholm, Nationalmuseum 5 december 1997 – 15 mars 1998.)
- 9 Hamilton, 1994, s. 68.
- 10 Lewis, 1996, s. 11.
- 11 A.a.s. 105.
- 12 *Absolut Story*, [2003], s. 11. ([absolut.com](http://absolut.com), tillgänglig 26 april 2005.)

IT'S A BIG COUNTRY. SOMEONE'S GOT TO FURNISH IT...

- 1 Den svenska möbelexporten var länge marginell. Symptomatiskt är att den svenska marknaden, i 1946 års möbelutredning, betraktas som uteslutande inhemsk. (*Möbler. Betänkande avgivet av 1946 års möbelutredning*, SOU 1947:52, Stockholm 1947.) Med IKEA:s utlandsexpansion inleds en förändring. 1978 stod möbelexporten för 37 procent av produktionsvärdet, varav det mesta gick till Norge, Danmark och Västtyskland. Men USA övervägs ännu inte som en möjlig exportmarknad i 1980 års möbelutredning. (*Svensk möbelindustri inför 1980-talet. Problem och möjligheter*, SOU 1980:6, Stockholm 1980, kapitel 2.5.)
- 2 Ett intressant undantag är ett temanummer om Skandinavien av *House Beautiful* i januari 1968. I Skandinavien sägs hemmet komma först, och ett antal hem i Sverige, Norge, Finland och Danmark besöks, bland andra Astrid Sampedo och Sigvard Bernadottes. Bengt Warnes prefabricerade Näckroshus utanför Stockholm ägnas också ett längre reportage.
- 3 "Look what we found in Sweden: fresh and gay design.", *House Beautiful*, vol. 115, nr 2, februari 1973, s. 82.
- 4 A.a.s. 86.
- 5 A.a.s. 86.
- 6 Stellan Björk, *IKEA: Entreprenören, Affärsidén, Kulturen*, Stockholm 1998, s. 254.
- 7 A.a.s. 255.
- 8 A.a.s. 258.
- 9 Eleanor Johnson Tracy, "Shopping Swedish-style comes to the U.S.", *Fortune*, vol. 113, 20 januari 1986, s. 63.
- 10 Björk, 1998, s. 266.
- 11 Jeffrey A. Trachtenberg, "IKEA Furniture Chain Pleases With Its Prices, Not With Its Service", *The Wall Street Journal*, 17 september 1991.
- 12 Miriam Salzer, *Identity Across Borders, A Study in the "IKEA-World"*, (diss.) Linköping Studies in Management and Economics, Dissertations No. 27, Linköping 1994, s. 105.
- 13 Judith Newmann, "Swede deal: consumers can find more than just bargains galore inside each of IKEA's bright blue warehouse stores", *Adweek*, vol. 33, nr 29 (Eastern Edition), 20 juli 1992, s. 16.
- 14 Raul Barreneche, "Blond ambition: designer Laura Bohn scours familiar territory – the aisles of the Swedish home retailer IKEA – to create a sleek home office. The results: cool, clean Scandinavian style", *House Beautiful*, vol. 143, nr 1, januari 2001, s. 104–107.
- 15 1992 höll IKEA ett krismöte i Los Angeles, från vilket försäljningschefen Kent Nordin lär ha rest hem till Sverige med en gigantisk Thanksgivingkalkon i plast, för att visa vad amerikaner förväntade sig skulle få plats på middagsbordet. (Richard Heller, "The Myth Called Sweden", *Forbes*, vol. 166, nr 6, 4 september 2004, s. 66–67.) 1994 hade en femtedel av sortimentet re-designats för den amerikanska marknaden. ("Furnishing the World", *The Economist*, 19 november 1994, s. 79–80.)

- 16 "Furnishing the World", 1994, s. 79–80.
- 17 Felice Mikelberg, "IKEA: Swedish style for U.S. habitats", HFD – *The Weekly Home Furnishing Newspaper*, vol. 67, nr 52, 27 december 1993, s. 32. John Heskett uppskattar att en tredjedel av amerikanerna söker professionell hjälp för inredning av sina hem. (John Heskett, *Design – en introduktion*, Stockholm 2006, s. 112.)
- 18 "Furnishing the World", 1994, s. 79–80.
- 19 Björk, 1998, s. 257.
- 20 De blågula byggnaderna är förstås en mycket medveten markering av COO: "The IKEA store bears the blue and yellow colours of the Swedish flag in order to emphasize the Swedish origin of IKEA." (Rubriklös broschyr [1991].) "Blue and yellow stores with Swedish flags flying outside promote the IKEA image to the world. Our stores are simple and functional, with a clear Swedish identity. IKEA, [1993] s. 28. (KB, okat.)
- 21 Enligt Bob Wotherspoon, intervjuad i Peter O. Keegan, "Out of the frying pan into the store: IKEA rolls Swedish for hungry shoppers", *Nation's Restaurant News*, årg 25, nr 2, 25 mars 1991, s. 36.
- 22 "Frigoscandia gratulerar Leif Fredriksson, IKEA, till priset... Årets livsmedelsexportör", *Frigoscandia Perspektiv*, nr 2, 2004, s. 3.
- 23 Newmann, 1992, s. 16.
- 24 Keegan, 1991, s. 36.
- 25 Björk, 1998, s. 270.
- 26 Keegan, 1991, s. 36. IKEA ger också ut interna receptböcker. (*Range, Ingredients and Recipes*, [1997], Booklet 4 [av 5], IKEA Food Services Manual. KB, okat.)
- 27 *Introducing IKEA Food Services*, [1997], Booklet 1 [av 5], IKEA Food Services Manual. s. 4. (KB, okat.)
- 28 A.a.s. 7.
- 29 *Inter IKEA Systems B.V. The owner and franchiser of the IKEA Concept*, [2003], s. 11. (KB, okat.)
- 30 *Range presentation. The IKEA Way. Presenting the home furnishings range in the IKEA store. A Manual from Inter IKEA Systems B.V.*, 2000, s. 12. (KB, okat.)
- 31 *IKEA Positioning Objectives*, [2002, 2003, 2004] utgiven av Inter IKEA Systems BV, opag. (KB, okat.)
- 32 A.a.
- 33 *IKEA Concept Description, A Manual from Inter IKEA System B.V., IKEA Concept Documentation* 2000, s. 52. (KB, okat.)
- 34 A.a.s. 50.
- 35 Björk, 1998, s. 262.
- 36 Usunier, 1996, s. 234. Detta gäller enligt Usunier alla länder.
- 37 *Range presentation...*, 2000, s. 174–175.
- 38 Christopher Bartlett och Anish Nanda, "Ingvar Kamprad and IKEA", *Global Marketing Management. Cases and Readings* (red. Robert Buzzell, John Quelch och Christopher Bartlett) Reading Massachusetts 1995, s. 94.

- 39 Björk, 1998, s. 266.
- 40 Uppgifter från franchisor.ikea.com/showContent.asp?swfld=facts1, tillgänglig 2 september 2007.
- 41 Uppgifter från IKEA:s pressinformation (on line), 2 september 2007.
- 42 Se *Working with the IKEA catalogue. Content*, updated version 2002, som specificerar hur katalogen ska utformas. (KB, okat.)
- 43 *Working with the IKEA catalogue*, distribution updated version 2002 [2003]. (KB, okat.)
- 44 A.a.
- 45 IKEA 1993 (katalog för västra USA), s. 7.
- 46 A.a.s. 98.
- 47 A.a.s. 66.
- 48 A.a.s. 46.
- 49 A.a.s. 71.
- 50 A.a.s. 120–121.
- 51 A.a.s. 178.
- 52 A.a.s. 239.
- 53 Katalog finns på engelska och spanska: ikeaus.ecweb.is/MUSG/, tillgänglig 1 september 2007.
- 54 *Inter IKEA Systems B.V. The owner and franchiser of the IKEA Concept*, [2003]. (KB, okat.)
- 55 Salzer, 1994, s. 112.
- 56 Heller, 2004, s. 66–67.
- 57 Zandra Ahl och Emma Olsson, *Svensk smak. Myter om den moderna formen*, Stockholm 2002, s. 147. *The Simpsons*, avsnitt BABFO3, första sändningstid på FOX: 21 november 1999.
- 58 Den första genealogin beskrivs så här av IKEA: ”År 1943, när Ingvar var 17 år, fick han en gåva av sin far för att kunna fullfölja sina studier. Gåvan användes till att etablera den egna affärsverksamheten. Namnet IKEA kommer från hans initialer (I.K.) plus den första bokstaven i Elmtaryd respektive Agunnaryd, bondgården och byn där han växte upp. Från början sålde IKEA pennor, plånböcker, tavelramar, bords-löpare, klockor, smycken och nylonstrumpor – vad än Ingvar kunde hitta för behov att fylla med en produkt till lågt pris. När Ingvar inte hann med alla säljbesök själv, började han annonsera i lokaltidningarna och drog igång en postorder-service. Produkterna lät han distribuera på en mjölkkvagn till närmaste tågstation.” ([www.ikea.com/ms/sv\\_SE/about\\_ikea/timeline/full\\_story.html](http://www.ikea.com/ms/sv_SE/about_ikea/timeline/full_story.html), tillgänglig 20 april 2005.) Vad gäller den andra genealogin är det talande att IKEA valde att gå in som sponsor för den stora Carl och Karin Larsson-utställningen på Victoria and Albert Museum i London 1997.
- 59 *IKEA Facts*, [1991], s. 17. (KB, okat.)
- 60 *IKEA*, [1993 och senare], s. 14. (KB, okat.)
- 61 A.a.s. 14.

- 62 A.a.s. 2.
- 63 A.a.s. 8.
- 64 A.a.s. 42–43.
- 65 *IKEA Concept Description, A Manual from Inter IKEA System B.V., IKEA Concept Documentation 2000*, s. 7. (KB, okat.)
- 66 Salzer, 1994, s. 133.
- 67 Julier, 2004, s. 54–55.
- 68 Thonets stolar levererades i kubiska paket redan under 1800-talet. Även Deutsche Werkbund intresserade sig tidigt för monteringsbara möbler, men närmast förebildlig för IKEA var Elias Svedbergs monteringsfärdiga möbler som tillkom efter en tävling ordnad av Svenska Slöjdföreningen och Bodafors 1943. Uppgiften var att ”frambringa förslag till möbler som i typval och formgivning särskilt anpassats efter den moderna familjebostadens behov samt lämpar sig för serietillverkning”. Vann gjorde förslaget ”Ta i trä” av Svedberg med Lena Larsson och Erik Wörts som medarbetare. Det realiserades och lanserades av NK under namnet Triva-Bygg. Möblerna paketerades som monteringskit och distribuerades av Posten. Förverkligades från tävlingen 1943 gjordes också Carl-Axel Ackings förslag. (Sigrid Eklund Nyström, ”Funktionalismen i folkhemmet”, *Svenska möbler 1890–1990*, (red. Monica Boman), Lund 1991, s. 245–248.)
- 69 *We are well prepared to meet the future and make it ours*, [2002]. (KB, okat.)
- 70 Zetterlund, 2002, s. 118.
- 71 Eva Hemmungs Wirtén och Susanna Skarrie Wirtén, *Föregångarna*, Stockholm 1989, s. 29.

#### DRIVE - THRU SWEDEN

- 1 Rubriken är inspirerad av Mira Englers artikel ”Drive-Thru History: Theme Towns in Iowa”, *Landscape*, vol. 32, s. 8–18. (Även i Robert F. Sayre, *Take the Next Exit. New Views of the Iowa Landscape*, Ames 2000, s. 255–276.) Jag har valt att använda ”etnoarvsturism” och ”etnoarvstad” för engelskans ”heritage tourism” och ”heritage town”, hellre än ”kulturarvsturism” och ”kulturarvstad”, eftersom de sistnämnda associerar till en bredare form av kulturarv än vad begreppen i detta sammanhang syftar på. Även om ”heritage” i andra sammanhang kan syfta på kulturarv i generell bemärkelse, står det i detta sammanhang för en etniskt kodad historia.
- 2 Peter H. Brink, ”Heritage Tourism in the U.S.A. Grassroots Efforts to Combine Preservation and Tourism”, *APT Bulletin*, vol. 29, nr 3/4, 1998, s. 60.
- 3 Riverside byggdes upp 1998. (Brink, 1998, s. 61.)
- 4 Steven Schnell, *The Making of Little Sweden, U.S.A.. Ethnicity, Tourism, and Identity in Lindsborg Kansas*, (diss.) Lawrence 1998; Lizette Gradén, *On Parade. Making Heritage in Lindsborg, Kansas*, (diss.) Stockholm 2003; Wayne Leland Wheeler, *An Analysis Of Social Change In A Swedish Immigrant Community. The Case Of Lindsborg, Kansas*, (diss.; dupl.) University of Missouri 1959; Kathleen Dickinson Tim-

berlane, *A Profile Of Rural American Craftspeople In A Swedish-American Community*, (diss.; dupl.) University of Michigan 1985; Jon Terrence Lindell, *Acculturation Among Swedish Immigrants in Kansas and Nebraska, 1870–1900*, (diss.; dupl.) University of Nebraska 1987. Förutom dessa finns ytterligare ett tiotal avhandlingar som på olika sätt berör Lindsborg, Kansas. Det handlar om studier av musik, konst, publicistisk verksamhet med mera.

- 5 Argumentet att likhet leder till svagare upplevelse förefaller mig inte giltigt. Variationen upplevs mot bakgrund av de generella likheterna.
- 6 Mira Engler, "Theme Towns: The Pitfalls and Alternatives of Image Making", *Small Town*, januari-februari 1994, s. 16.
- 7 A.a.s. 14–23. Engler har en mer kritisk inställning till etnoarvstäder än jag, och pekar i denna och andra artiklar på de problem de är förknippade med.
- 8 Epcot öppnades 1982. "World Showcase" består av elva nationer: Mexico, Norge, Kina, Tyskland, Italien, USA, Japan, Marocko, Frankrike, Storbritannien och Kanada.
- 9 Steven M. Schnell, "The Ambiguities of Authenticity in Little Sweden, U.S.A.", *Journal of Cultural Geography*, vol. 20, nr 2, 1 mars 2003, tillgänglig via EBSCO MegaFILE.
- 10 A.a.
- 11 A.a.
- 12 [www.mcphersonsentinel.com/articles/2007/02/21/news/news3.txt](http://www.mcphersonsentinel.com/articles/2007/02/21/news/news3.txt), tillgänglig 25 februari 2007.

#### DET SVENSKA SAMTIDSKONSTUNDRET

- 1 Siffrorna bygger på mina genomgångar av amerikanska tidningar och tidskrifter.
- 2 Märten Castenfors, *Sveriges konst 1900-talet. Del 3, 1970–2000*, Sveriges Allmänna Konstförening Publikation 110, Stockholm 2001, s. 14. Mike Kelley har föreslagit att det bland annat är den politiska dimensionen hos Fahlströms konst som gjort att han inte betraktats som en av de stora popkonstnärerna: "Until recently, Fahlström was considered a minor player in the drama of Pop Art. Because he allowed the 'political' to enter his work, because he was interested in issues of narrative, because his work was compositionally busy, he was perceived by the champions of Pop as somewhat naive at best, and a throwback to Surrealism or Agitprop at worst. His deviation from Pop standards was explained away by the fact that he was 'European.'" (Mike Kelley, "Myth Science", *Öyvind Fahlström. Die Installationen/The Installations*, Köln 1995, s. 19, [www.fahlstrom.com/texts\\_mike.asp?id=7&subid=10](http://www.fahlstrom.com/texts_mike.asp?id=7&subid=10), tillgänglig den 27 november 2006.)
- 3 Pontus Hultén, "Öyvind Fahlström, Citizen of the World", *Öyvind Fahlström*, The Solomon R. Guggenheim Museum, New York, 1982, s. 106.
- 4 Hultén, 1982, s. 109
- 5 *E.A.T. Experiments in Art and Technology: Teknologi för livet. Om Experiments in Art and Technology*, (red. Barbro Schulz Lundestam), Stockholm 2004.



- 6 Edward Lucie-Smith omnämner Fahlström som såväl "brasiliansk målare" som "naturaliserad svensk". (Edward Lucie Smith, *Art Now*, New York 1977, s. 489.)
- 7 Hultén, 1982, s. 109.
- 8 John Russell, "Show of New Sculptures by Juan Hamilton", *New York Times*, 24 april 1987, s. C 24.
- 9 Roberta Smith, "Oyvind Fahlstrom", *New York Times* 5 november 1993, s. C 31.
- 10 Grace Glueck, "Art May Not Be All Fun and Games, but Some of It Certainly Is", *New York Times*, 24 augusti 2001, s. E 33. Recensionen avser en utställning producerad av Museu d'Art Contemporani de Barcelona som visades i nedbantad skick på Museum of Contemporary Art (MoCA) i North Adams, New York.
- 11 I min undersökning av samtida reception har jag i första hand letat efter nedslag av svensk konst i de mest spridda konstitidskrifterna med inriktning på samtidskonst, samt i de största amerikanska dagstidningarna. Detta har kompletterats med studier av nedslag i vad jag bedömer som "inflytelsesrika" tidskrifter. De tongivande tidskrifterna kan kartläggas genom sökningar i *WorldCat*. De i särklass mest spridda är *ARTNews* och *Art in America* som finns på upp mot 3 000 bibliotek. *Artforum*, *Art Journal* och *Arts Magazine* finns på över 1 000, medan *Flash Art*, *October*, *ArtWeek*, *Sculpture*, *Leonardo*, *New Art Examiner* och *American Art Review* finns på knappt 500. *Parkett* når upp till drygt 250, *Modern Painters* till knappt 200, *Kunstforum* och *Parachute* till knappt 100 medan ingen skandinavisk konstitidskrift når upp till 25. Av de utländska tidskrifterna är *Flash Art* (Milano) både den mest spridda och den mest inflytelsesrika, följd av *Parkett* (Schweiz), *Modern Painters* (London) och *Parachute* (Montreal). Bedömningen av vilka tidskrifter som har högst anseende växlar naturligtvis mellan olika segment av den samtidsorienterade konstvärlden, samt mellan olika regioner i USA. Exempelvis bedöms sannolikt *New Art Examiner* som viktigare i Mellanvästern än i New York, *ArtWeek* har sin hemhörighet på västkusten och *Art Papers Magazine* i Atlanta, Georgia. Konstvärlden och dess tidskrifter kan också skiftas efter profession; en tidskrift som *Artforum* är lyhörd för vad som rör sig bland gallerister, konsthandlare och curators. *Art Journal* är mer inriktad mot forskarvärlden och *Octobers* diskursiva fält är den teoretiskt inriktade konstkritiken.
- 12 Frågan om nationalitetsursprung och globalisering i konstvärlden är bristfälligt utredd. Här är inte plats för en längre utredning om förhållandet. Ämnet avhandlas, men ur andra perspektiv än de här anlagda, hos Charlotte Bydler, 2004, som skriver att "Contemporary Art has disagreed with the nation-state system for some time now. Exhibitions based on national participation are suspected of engaging in national promotion rather than displaying artworks for their artistic qualities". (A.a.s. 27.)
- 13 Bydler, 2004, s. 53–55 och 233–234.
- 14 Simon Anholt och Jeremy Hildreth, *Brand America. The Mother of all Brands*, London 2004.
- 15 Mats B. [Rindeskär], "Konsten hos en sovande skönhet", Achille Bonito Oliva, *The*

*International Trans-Avantgarde*, Milano 1982, s. 250–257. I boken finns essäer om samtida konst från flera länder, många av dem publicerade på respektive lands språk: USA, Tyskland, Italien, Storbritannien, Österrike, Frankrike, Schweiz, Holland, Belgien, Sverige, Jugoslavien, Kanada, Australien, Israel, Argentina och Spanien.

- 16 John Peter Nilsson, "Changing Realities. Some Remarks on the Nordic in General and Swedish Contemporary Art in Particular", *New Art Examiner*, vol. 25, nr 10, juli/augusti 1998, s. 18–23.
- 17 Rindeskär, 1982, s. 251.
- 18 Nilsson, "Changing Realities...", 1998, s. 20.
- 19 A.a.s. 23.
- 20 Jämför diskussion hos Jeff Werner, "Fjärran speglingar. Moderna Museet i utländsk press", *Historieboken*, Moderna Museet 2008 [under publicering].
- 21 "Power 100", *ArtReview*, November 2007, s. 177 och 167. Birnbaum tog sig som förste svensk in på listan 2006, då på 31:e plats. Listan började publiceras 2001. ("Power 100", *ArtReview*, november 2006, s. 91 [Daniel Birnbaum].)
- 22 Se exempelvis K. H. "Welcome to Scandinavia!", 1998, s. 17.
- 23 "...the most important artists....", *Artist Ranking. Explanations of the System*, London, 13 januari 2005, s. 2. ([www.artfacts.net](http://www.artfacts.net), tillgänglig 25 februari 2007.) Skriften innehåller en redovisning av de formler som används vid rankingen.
- 24 [www.artfacts.net](http://www.artfacts.net), tillgänglig 25 februari 2007.
- 25 Giancarlo Politi och Helena Kontova, "Top 100 Artists", *Flash Art International*, vol. 39, nr 250, oktober 2006, s. 68–69.
- 26 Laura Allsop, "Nathalie Djurberg", *Art Review*, mars 2008, nr 20, s. 94.

## I ÖVERSIKTERNAS VÄRLD

- 1 Jag har diskuterat detta mer utförligt i Jeff Werner, "Tristheten, tråkigheten och töntigheten – några anteckningar kring svansviftningens estetik och dess konsekvenser för grundutbildningen i konstvetenskap", *Valör*, 2000, nr 3.
- 2 Helen Gardner, *Art Through the Ages*, New York 1926, s. iii.
- 3 A.a.s. iii.
- 4 A.a.s. 470.
- 5 "The builder's art, it is true, shows logical constructive thinking and, especially in America, appears to be one of the saner of the arts." (A.a.s. 467–468.)
- 6 Helen Gardner, *Art Through the Ages*, 2:a upplagan, New York 1936, s. 701–702.
- 7 Egentligen: "inexpensive wares of great distinction". (A.a.s. 741.)
- 8 A.a.s. 741.
- 9 A.a.s. 705.
- 10 A.a.s. 707.
- 11 A.a.s. 729.
- 12 Helen Gardner, *Art through the Ages*, 3:e upplagan, New York 1948, s. 773.
- 13 Helen Gardner, *Art through the Ages*, 4:e upplagan, New York 1959, s. 775.

- 14 Nan Ellin, *Postmodern Urbanism*, Oxford och Cambridge 1996, s. 44–48. Citatet är hämtat från s. 45; uttrycket ”skulpturpark” kommer från Allan Jacobs och Donald Appleyard, ”Toward an Urban Design Manifesto”, *Journal of the American Planning Association*, vol. 53, nr 1, 1978, s. 112–120.
- 15 Helen Gardner, *Gardner's Art Through the Ages*, 5:e upplagan, New York 1970.
- 16 Jämför Herbert Read, *Art and Industry*, New York 1935; Stuart Chase, *Men and Machines*, New York 1929; Henry-Russell Hitchcock och Philip Johnson, *Machine Art*, New York 1932.
- 17 Gardner, 1948, s. 784.
- 18 A.a.s. 785.
- 19 ”His impact on contemporary art has been peripheral at best.” (Claude Mark, *World Artists 1950–80*, New York 1984, s. 274–275.)
- 20 Norbert Lynton, *The Story of Modern Art*, Oxford 1980.
- 21 Mina kunskaper om historien bakom och ambitionerna med verket bygger på en 18 månaders vistelse som gästforskare vid the Department of Art history, University of Kansas, 2001–2003.
- 22 Lokalen för somliga reproduktioner är svårbestämd, både i Honour & Fleming och i Stokstad. Hit hör exempelvis målningar med angivelsen ”i privat ägo”, allmänna illustrationer samt somlig ej plats-specifik samtidskonst.
- 23 Jeff Werner, ”Svansviftningens estetik: modernismen ur provinsens perspektiv”, *Utopi och verklighet. Svensk modernism 1900–1960*, (red. Cecilia Widenheim and Eva Rudberg) Stockholm 2000.

#### MELLANMJÖLKENS ESTETIK I COCA-COLA COUNTRY

- 1 Simon Anholt, *Anholt-GMI Nation Brands Index, How the world sees the world*, Q2, augusti 2005, [www.nationbrandindex.com](http://www.nationbrandindex.com), tillgänglig 22 maj 2007.
- 2 Henry McBride i *Sun*, citerat ur ”Milles Healthy Exuberance”, *Art Digest*, vol. 6, 1 maj 1932, s. 17–18.
- 3 Mark Vaughn, ”The Need for Swede”, *AutoWeek*, vol. 56, nr 26, 26 juni 2006, via EBSCO MegaFILE.
- 4 Lars Åhlander, ”Förord”, *Katja of Sweden. Mode och design utan gränser – en biograf*, (red. Katja Geiger och Lars Åhlander), Stockholm 2000, s. 7. Påståendet om Katjas berömmelse utomlands visavi Sverige skulle förtjäna en mer grundlig undersökning än vad jag kunnat genomföra. Boken saknar detaljerade källhänvisningar och flera av de artiklar som den hänvisar till har jag inte återfunnit.
- 5 A.a.s. 128–129. Ändringen av varumärket torde ha inträffat 1977. Enligt Katja Geiger var det Eleanor Lamberts idé.
- 6 Sven Åhman, ”DN-tecknerska succé i New York gör kläder med svensk allmogeton”, *Dagens Nyheter*, 18 augusti 1959.
- 7 Geiger & Åhlander, 2000, s. 52.
- 8 Joan Byles, ”Fashion: Gay Colors, Contrasts Accent Ski Togs”, *New York Times*, 26 december 1951.

- 9 Geiger & Åhlander, 2000, s. 50.
- 10 "Swedish Modern Extends to Attire", *New York Times*, 12 september 1958.
- 11 Geiger & Åhlander, 2000, s. 46–47 och 52.
- 12 A.a.s. 50–51.
- 13 A.a.s. 86 och 88.
- 14 "Swedish Modern Extends to Attire", *New York Times*, 12 september 1958; Nan Ickeringill, "A Nordic Fashion Smorgasbord", *New York Times*, 9 december 1966.
- 15 Nan Robertson, "Swedish Clothes Drip Dry With Tvatta, Torka, Ta Pa", *New York Times*, 13 november 1967.
- 16 Leslie Judd Ahlander, "The Art and Culture of Sweden", *Washington Post*, 16 september 1962.
- 17 Jämför Davies, 2003, s. 109, om brittisk reception.
- 18 Jag har diskuterat detta i Jeff Werner, "Svansviftningens estetik", 2000. En liknande analys återfinns hos Carolina Brown, *Målaren Hjalmar Grahn*, Stockholm 1999, s. 93–94.
- 19 "House of Sweden", Statens Fastighetsverk, 17 november 2006 (informationsbroshyr).
- 20 Linda Hales, "Artistic Interpretations of Sweden, Inside and Out", *Washington Post*, 21 oktober 2006. Uppgiften om IKEA och Bang & Olufsen uttrycker en missuppfattning. Företagen hade med produkter på en utställning som visades i samband med invigningen. I en recension av byggnaden jämför Roger K. Lewis den med ett svenskt smörgårdsbord – en annan välkänd stereotyp. (Roger K. Lewis, "House of Sweden, a Multifunctional Space With a Sense of Place", *Washington Post*, 25 november 2006.)
- 21 Benjamin Forgey, "From Sweden a Glass Box That Holds Real Promise", *Washington Post*, 13 februari 2003.
- 22 Wästberg & Wästberg, 2003, s. 96.
- 23 Hans Sandberg, "Not-so-humble Swedes build a global superbrand", *Currents*, sommaren 2007, s. 26.
- 24 Arbetsmaterial från UD 2007, i min ägo.
- 25 *Anholt-GMI Nation Brands Index...*, Q1, april 2005.
- 26 A.a.
- 27 A.a.
- 28 I undersökningen fick omdömen inte lämnas om det egna landet. Följande nationer var representerade: Kanada, Kina, Danmark, Frankrike, Tyskland, Indien, Japan, Syd-Korea, Storbritannien och USA.
- 29 Excel-fil i författarens ägo, mottagen 20 juni 2005 från *Anholt-GMI Nation Brands Index*.
- 30 [www.gmi-mr.com/gmipoll/press\\_room\\_wppk\\_pr.phtml](http://www.gmi-mr.com/gmipoll/press_room_wppk_pr.phtml), tillgänglig 4 augusti 2005.
- 31 *Anholt-GMI Nation Brands Index, How the world sees the world*, Q2, augusti 2005.
- 32 Sandberg, 2007, s. 27.
- 33 Heslop & Papadopoulos, "But Who Knows...", 1993, s. 51.

- 34 Christopher Caldwell, "Islam on the Outskirts of the Welfare State", *New York Times Magazine*, 5 februari 2006, s. 54–59.
- 35 "European and World Values Surveys Four-Wave Integrated Data File, 1981–2004", v.20060423, 2006. The European Values Study Foundation and World Values Survey Association.
- 36 Symptomatiskt är en svensk bidragit till Coca-Colas framgångar genom att formge den legendariska flaskan, 1915. Alexander Samuelsson (1862-?) lärde sig blåsa glas på Surte glasbruk. 20 år gammal utvandrade han till USA 1883 och blev formgivare på ett glasbruk i Indiana. Flaskan för Coca-Cola är resultatet av en designtävling som han vann. Tanken var att flaskan skulle vara igenkännbar också i mörker och sönderslaget tillstånd. Formen lär vara inspirerad av en kakaoböna. Den ursprungliga flaskan hade en något bulligare form och introducerades på marknaden 1916 av Chapman Root Glass Co i Indiana.



## Summary

I began writing this book in English, but after a couple of years I changed my mind and switched over to Swedish. I am sure the result is a much better text, since in my native tongue I had better tools to elaborate my ideas. Unfortunately, it has also become less accessible to an international audience. In this very short summary of two extensive volumes I can give nothing but a hint of the content, approach and theoretical discussions, though hopefully enough to arouse the reader's curiosity. For further discussions, please feel free to contact me.

*The Aesthetics of the Middle Way. Images of Sweden in the U.S.* is the first study ever to investigate the American reception of Swedish visual culture, and probably also the first to explore the relationship between visual culture, national stereotypes and country images over such a large time span (c 1650–2000). The theory and methodology of the inquiry are thoroughly explained in the introduction. Thereafter, about twenty case studies in, more or less, a chronological order, follow, along with a few thematic chapters, e.g. “Zorn loves America – and America loves Zorn”, “Saab – with aviation fuel in the blood” and “Swedes – white as snow”.

In economics and marketing, it is a well-known fact that consumer images about country of origin (COO) often affect customers' disposition to acquire products, as well as the values they associate with them. German cars, for example, are more highly appreciated than Mexican ones, although parts of Volkswagen's production has been located in Mexico for decades, and many Volkswagen cars sold in the U.S. are produced by its southern neighbor. In similar ways, I would argue, French art has a greater status than Bulgarian. More importantly in this context, German cars and French art have an influence on how Germany and France are perceived. The products contribute to the images these

countries have, even though Mercedes Benz and Henri Matisse probably never bothered about how their acts affect the nation images. Therefore, what is scrutinized in these two volumes is not simply how Swedish Art, architecture, photography, film etc have been received in the U.S., but primarily what kinds of images of Sweden and Swedes that are evoked by them.

In order to clarify this type of production of nation images, I have introduced the notion Country of Evocation (COE) to supplement other often-used abbreviations in Economics: COO (Country of Origin), PCI (Product Country Image), COP (Country of Production), etc. The ways in which products (either as COO or COE) affect customers' views on other products from the same country, or the country's image at large, are discussed in terms of "summary constructs".

If Volkswagen cars produced in Mexico contribute to Germany's image abroad, this must be true also for other products, as well as different fields of visual culture. All things perceived as Swedish will be a factor in Americans' views of Sweden, regardless of where they actually are conceived and/or produced, that is if they are Swedish in any essential way. This is most vivid in the movies. In American movies, Swedes are most-often played by American actors, since they are able to look and sound more "Swedish" than authentic Swedes themselves. The construction of Swedishness in the movies is studied at length in both volumes. All in all, the study maps changes, and continuities in the American summary construction of Sweden and Swedes during more than 300 years.

The theories and methods inspired by COO/PCI-studies and reception-studies are applied on a vast material of "Swedish" visual culture, starting with the visual culture of the Swedish colony at the Delaware River in the mid 17th Century. For example, the most influential feature of the Swedish-Finnish settlements – the log construction technique – is discussed in a separate chapter about "Swedish" architecture and buildings in the U.S. The log cabin has a mythical position in America, and is an illustrative example of how an artefact and concept can affect the ethnic and political significance over time. From being a sign of "Swedishness" in the 17th and 18th Century, the log cabin came to be one of the most prominent symbols of American pioneer spirit around year 1800, and still is.

Even though the Swedish colony was short-lived (1638–1655), Swedes remained in the area of the Delaware River for generations.



One of them was the painter Gustaf Hesselius (1682–1755), famous for his portraits of the Native American chiefs *Tishcohan* and *Lapowinsa* (c. 1735), signers of the notorious Walking Purchase Treaty. In retrospect, Hesselius' Swedish background has been used to explain the remarkable character of these portraits, which are both scrutinizing and respectful. The late reception of Hesselius (he was rediscovered in the late 19th century) also raises the question of Swedes as being mediators between Native Americans and colonizers. In this respect, the concept of a Swedish middle way seems to be of an early date.

Adolph Ulric Wertmüller (1751–1811), who immigrated to the United States in 1794, is the subject of a discussion about diverging taste in America and Europe, with his portrait of George Washington and his nude painting *Danaë* as examples. Wertmüller's portrait of President Washington was too European, while Gilbert Stuart's better expressed the ethics and virtues of the leader of the new Republic. The question of the necessity of adaptation to American taste is the theme of almost all chapters.

The great World's Fairs, in the second half of the 19th Century, is the starting point for an interpretation of visual culture as expressions of nations, people and races. Several of the expositions on American soil are thoroughly examined in this light: Philadelphia 1876, Chicago 1893 and 1933, St. Louis 1904, San Francisco 1914 and New York 1939. In the beginning, the reception was mainly ethnographic and focused on exotic elements of the things on display. During the last decade of the 19th Century there was a distinctive move from an ethnographic to a racist interpretative pattern of foreign people and their culture.

Starting with the Columbian Exposition of 1893, Swedish painting was astonishingly well appreciated in the U.S. This is a little known fact today, since Swedish Art is almost never included in textbooks about art history or exposed in American art museums. The reception of Swedish Art is discussed at length, and put into context by the discourse about the Nordic race being strong, independent and pure. Especially Anders Zorn (1860–1920) was successful in capitalizing on both the American fascination for the Northmen and Old Europe as the origin of Fine Art.

The question of race is further elaborated in a chapter about the endeavour of Swedish immigrants, for being regarded as white. As with many other newly arrived immigrants, including the Irish and the Italians, the Swedes, despite the Nordic race being regarded as pure, were

often viewed upon as a not entirely white people by the Anglo-Americans. Moreover, male Swedes were often described as weak and effeminate, especially in Wild West novels and films. They were depicted as having severe problems adjusting to their new environment, and the white, Anglo-American heroes must therefore protect them from evil forces such as Indians and villains. For a long time, the “dumb blond Swede” was always a man, while Swedish women were considered to be hardworking, reliable and down-to-earth. This gender pattern, of course, was dramatically swapped in the 1950s.

Besides Zorn, Carl Milles (1875–1955) is the most successful Swedish artist in America. Invited by George Booth to what would soon develop into the Cranbrook Academy, Milles immigrated to the U.S. in 1931. During his twenty years in America, he received a great number of commissions to carry out fountains, sculptures and reliefs. In his late 50s, he settled down just north of Detroit, and with his thin, white hair and singing accent, he soon came to be seen as a Nordic troll. Milles’ success in America was mainly located to the Midwest, where he also received most of his commissions. The discussion about the reception of Milles therefore becomes a discussion also about center-periphery relations in the U.S. art world, and topographic differences in taste.

For the Swedish photographer Henry B. Goodwin (1878–1931), Country-of-Production (COP) was the key to success. His portraits of famous Swedes and Scandinavians, mostly from the cultural world, were in demand by the editors of *Vanity Fair*, who also published a few of his nudes. In 1921, Condé Nast and Frank Crowninshield invited Goodwin to New York, probably with the intent that he might move to the Big Apple. America, at this time, is the heartland of photography, and Goodwin was almost certainly tempted by the possibility. But it did not become more than a short trip. After all, it was not Goodwin but his motives that were important to Nast and Crowninshield. And since many of the most sought-after Swedes moved to Hollywood in the 1920s, and the culture scene in Sweden became less interesting to the Americans, there were local photographers better skilled than Goodwin who could meet the demand.

Hundreds of Swedish architects have been working in the U.S., but few of them have designed buildings, which are associated with Sweden. In a study of both vernacular and architect-designed architecture, the presence of Swedish signs in American buildings is investigated. As in the other case studies, it does not matter whether these signs have

their origin in Sweden, as long as they are seen as Swedish or Scandinavian. This is for example the case with the remarkable castle Vikingsholm, by the Lake Tahoe.

Several chapters deal with Swedish design, which has received a lot of attention during the 20th Century. Although Swedish arts- and crafts evoked a certain interest in America already in the late 19th Century, it is during the interwar period that Swedish design had its big breakthrough. Starting with the Paris Exposition of 1925, the Swedish Arts and Crafts Society (Svenska Slöjdföreningen) worked steadily to promote Swedish design in the U.S. Sweden was the first country ever to get its one of its design on display in a one-country exhibition at the Metropolitan Museum in 1927. A decade later, American designers and journalists returned from the World Fair in Paris 1937 with enthusiastic reports about Swedish design. At a time when totalitarian states dominated the political scene, as well as the main axis of the Paris exposition where the German and the Soviet pavilion stood opposite each other, Sweden seemed to be a modest exception. Journalist Marquis Childs described Sweden as a middle way between ruthless capitalism and brutal communism, in a very influential book in 1936. In a similar manner, Swedish design was perceived as a temperate version of modern. It was not as cold and inhuman as the most extreme modernism, but still in tune with the times.

The American reception of Swedish design is thoroughly examined and interpreted. But in contrast to other writings about Swedish and Scandinavian design, there is also a lengthy discussion about American-made “Swedish Modern.” Although a vast majority of products labeled “Swedish Modern” actually was designed and produced in the U.S., this has never been fully acclaimed in the history of Swedish design – nor in American. At most, American-made Swedish Modern is mentioned as kitsch or poor copies of “authentic” Swedish products. In fact, Swedish Modern, designed by American designers and produced by American companies for the American market, is quite distinguished from what was designed and produced in Sweden, and is much more successful on the American market than Swedish-produced Swedish Modern (COP). As in the case with the Mexican made “German” cars, American Swedish Modern produces images and ideas about its Country-of-Evocation, and has had a decisive influence on Americans’ views of Sweden.

The rise and fall of Swedish Modern is also discussed with help of the concept “path dependence.” Originally invented to explain how in-

ferior standards and techniques can persist because of the legacy they have built up, I use it to describe how for example marketing strategies that are productive in one phase could turn contra-productive in another. One example is the Swedish Arts and Crafts Society's emphasis on Swedish Modern being not a style but a movement for sanity. After World War II, when people had grown disillusioned with movements, but demanded modern design more than ever, the Swedish rhetoric was no longer in tunes with the times. In other chapters, the image of Volvo and Saab is also analyzed with help of the concept "path dependence".

Volume 1 concludes with a historiographic chapter, which, among other things, discusses the 1982–83 touring exhibition *Northern Light, Realism and Symbolism in Scandinavian Painting 1880–1910*. This successful exhibition was curated by Kirk Varnedoe, who put a very personal touch to it. Through him, Scandinavian art from the turn of the Century 1900, once again became visible to and appreciated by a vast audience; this time not as an expression of the Nordic race, but of a tormented people of almost Bergmanian dimensions.

Volume 2 starts with a study of the probably most well known Scandinavian: the Viking. This chapter traces the Viking, from his introduction in early 19th Century America to his contemporary appearances in football stadiums and company brands. The reception and reproductions of the Vinland Sagas and archaeological findings are thoroughly discussed, even though the question of their historical evidence is beyond the scope of this book. The interest in the Vikings is analyzed in relation both to the Anglo American population and the Scandinavian immigrants.

The following chapter focuses on Swedish architecture in Sweden. Ragnar Östberg's *Stockholm Town Hall*, was for a long time regarded as one of the foremost buildings in the world by American architects. Influenced by the great British fascination with Swedish architecture, it was part of the American architectural discourse up until the 1950s. Furthermore, in this chapter, is the conceptual evolution of International Style and the writings of Henry-Russel Hitchcock's, as well as on the postmodern reception of Erik Gunnar Asplund, are studied from an historiographic perspective

Of interest for a much broader American audience are Swedish films and actors. In three chapters, a number of Swedish directors and ac-

tors are discussed. Victor Seastrom, Mauritz Stiller, Greta Garbo, Ingrid Bergman and Ingmar Bergman are dealt with at length, as well as the phenomenon of Swedish Summer movies. The drastic change of the image of Sweden in the 1950s – from an almost utopian society to the incarnation of sin, sex, socialism and suicide is thematized in the chapter “The Four S:s/Aces” (“De Fyra Essen”), a platform for much of the discussion of the reception of Sweden during the second half of the 20th Century.

Not surprisingly, the study of late 20th Century visual culture – the subject of much of the second volume – is closely intertwined with a discussion of branding and corporation images. “Swedish” brands like Saab, Volvo, IKEA and Absolut Vodka are analyzed as contributors to the image of Sweden. Even though images of Sweden and Swedishness are put in use mainly for the purpose of selling products, they profoundly affect the ways consumers view Sweden. Therefore, there is a reciprocal relationship between using stereotypes and producing stereotypes.

In “Drive-thru Sweden,” the perspective from the IKEA study leads to another theme. If the artificially furnished “homes” in IKEA stores produce conceptions about Sweden, what about all those towns that try to attract tourists by ethnifying themselves? There are probably as many Americans who have learned about “Swedish” customs and culture by visiting “Swedish” towns like Lindsborg, Kansas, or Lindstrom, Minnesota, than by travelling to Sweden.

The final two chapters return to the scene of Fine Arts. In the 1990s, Swedish artists seemed to re-enter the international art scene. In contrast to the 1890s however, they were not primarily described as Scandinavians. In the contemporary art world, there is a complex relationship between observation of COO/COE and emphasis put on art as a global, nomadic and non-national practice.

The very last case study discusses the writing of Art History in relation to COO-aspects. American text-books such as Helen Gardner’s *Art through the Ages* (1926–) and Marilyn Stokstad’s *Art History* (1995–) are analyzed from COO and PCI perspectives. Although the text-books have become more and more inclusive, by commercial influence for instance, Sweden has been less visible. To understand the narrative structure of text-books, and the ways this structure effect inclusions and exclusions of nations, artists and genres, I use the metaphor of Art History as a Motorway, running from ancient Greece to contemporary New York. What kinds of strategies are there to describe art that doesn’t belong to

the motorways? One that is obvious is to describe them as sidetracks or offshoots. The problem is that however good these sidetracks might be, they nevertheless must be regarded as detours, cul-de-sacs and blind alleys. The reason for this is that they deviate from the main road. If they become as important as the main road, the main road will no longer be just that. Too much emphasis on sidetracks would deconstruct the motorway.

Finally, the results of the twenty or so case studies are summarized and further elaborated in relation to product-country-images. This includes a short digression on Swedish fashion and a longer discussion of Simon Anholt's results about Sweden as a brand. Swedes seem, quite opposite to their self-image, to be very successful in proudly promoting their country internationally. Anholt's surveys show that most people all over the world, including Americans, have a very positive image of Sweden.

At the same time, and contradictory to Anholt's results, Swedes have an image of themselves as too moderate, low-voiced and passive. The Swedish stand-up comedian Jonas Gardell once mounted the metaphor of Sweden as a "mellanmjölk" (= medium-fat milk) country. "Mellanmjölk" is milk with 1.5 percentage of fat – that is milk that is neither too fat, nor too lean. This makes it the perfect choice for a people that avoid all extremes, who want to choose the middle way. The results of my case studies could be interpreted in support of the image of Sweden as a Medium-fat Milk Country. However, since these case studies map the reception, not the production, of Swedish visual culture, it is rather the U.S. that appears as a Medium-fat Milk or Middle Way Country. Could anything be more of a middle way than Coca-Cola? The ultimate symbol of America, made to appeal to people all over the world.

# Källor och litteratur

## Otryckta källor

*Arkiv*

### USA

Minneapolis

Minneapolis Institute of Arts  
Northern Light 1982.

New York

Svensk Generalkonsulatet  
Kopior av dokumentationshandlingar mm rörande "the Swedish Cottage".

Brooklyn Museum of Art  
Northern Light 1982–83.

Metropolitan Museum of Art  
v8250, the Swedish Crown Prince.  
L7806, the Swedish Exhibition of Decorative Arts, 1927.

Syracusa University, New York.  
The Wright's Papers.

San Francisco

San Francisco Public Library  
Photographic Collection.

Washington D. C.

Corcoran Gallery  
Arkiv från utställningen Northern Light 1982–83.

Library of Congress  
Look Magazine Photograph Collection.

## SVERIGE

### Eskilstuna

Eskilstuna stadsarkiv  
Hermelinska släktarkiven.

### Mora

Zornmuseet  
Zorns klippsamling.  
Thorsten Laurins klippsamling.

### Stockholm

Kungl. Biblioteket  
Carl och Olga Milles samling.  
Saab, engelskspråkiga trycksaker, okat.  
Volvo, engelskspråkiga trycksaker, okat.

### Millesgården

Handlingar och fotografier rörande Carl Milles verksamhet i USA.

### Moderna Museet

Henry B. Goodwins arkiv.  
Scandinavia Today.

### Riksarkivet

Bernadotteska Arkivet, Gustaf VI Adolf.

### Sveriges Pressarkiv

UD:s Tidningsklippsamling.  
Utställningsbestyrelsen för utställningen i Chicago 1893.  
Utställningsbestyrelserna för St Louis 1904.  
San Francisco Bestyrelsen 1914.  
Utställningsbestyrelsen för Nya Sverigeminnet 1936.

### Statens ljud- och bildarkiv

*Livet i Amerika, nr 1: Svenskar i Amerika, 1943.*

### Stockholm Stadsarkiv

Arkiv Svensk Form.

## JEFF WERNER

### Brev

*Anholt-GMI Nation Brands Index*, e-post med excel-bilaga, 20 juni 2005.  
Becker, Joseph Marshall, e-post sommaren 2007–hösten 2007.  
Cateforis, David e-post, 16 oktober 2006.  
Goss, Jared, e-post, 3 oktober 2007.  
Hammarlund-Larsson, Cecilia, e-post januari–februari 2007.  
Hopper, Philip L., e-post vintern och våren 2006.  
Knutsby, Håkan, e-post 26 januari 2007.  
Larrivee, Kathrynne, e-post, 27 januari 2007.



Leibold, Cheryl, Pennsylvania Academy of Fine Arts, e-post, 28 oktober 2005.  
Magnusson, Brian B., e-post hösten 2005–hösten 2007.  
Nilsson, Christer, e-post 7 februari 2008  
Park, Angie, e-post 30 april 2007.  
Williams, Donna, brev, 10 september 2007  
Östlind, Olle, e-post, 3 juni 2002.

#### *Intervjuer*

Johnston, Daniel, Volvo North America. Telefonintervju, 3 juni 2005.  
Palme, Lennart, Santa Barbara, Kalifornien. Telefonintervju 7 november 2002.

#### *Digitala källor*

Digitala källor som refererats i texten, men som ej finns upptagna under andra rubriker.

*Absolut Press Room*, absolut.com, tillgänglig 26 april 2005.  
*Anholt-GMI Nation Brands Index*, www.nationbrandindex.com, tillgänglig 22 maj 2007.  
Pressrum. www.gmi-mr.com/gmipoll/press\_room\_wppk\_pr.phtml, tillgänglig 4 augusti 2005.  
*The Art Institute of Chicago*, www.artic.edu/aic/libraries/musarchives/eh/archhist1925-1929.html, tillgänglig 26 mars 2005.  
*The Art Institute of Chicago*, intervju med Christopher John Chamales: www.artic.edu/aic/libraries/caohp/chamales.html, tillgänglig 24 april 2007.  
*Artnode*, Iaspis, Anna Lindström, intervju med Daniel Birnbaum. artnode.se/artorbit/issue3/i\_iaspis/i\_iaspis.html, tillgänglig 4 maj 2007.  
*Auto History On Line*, www.autohistory.org/feature\_4.html, tillgänglig 22 juni 2005.  
*Automotive Intelligence*, www.autointell-news.com, tillgänglig 21 maj 2007.  
*Collier's Year Book 1939*, genom Encarta.msn.com, tillgänglig 23 juni 2006.  
*Cranbrook Academy*, lista över alla som varit "in residence", www.cranbrookart.edu/library/research/past-fac.htm, tillgänglig 7 februari 2007.  
*Diesel*, www.dieseljeanz.com, tillgänglig 17 juni 2005.  
*Ford*, www.fordmotors.com, tillgänglig 28 juli 2005.  
*Gallupundersökningar*, www.galluppoll.com, tillgänglig 24 maj 2007.  
The Gallup Poll #386, 12 november 1946.  
The Gallup Poll #868, 3 april 1973.  
The Gallup Poll #954, 22 juni 1976.  
*Hays Code*, www.artsreformation.com/a001/hays-code.html, tillgänglig 26 juli 2004.  
IKEA, Företagets historia. www.ikea.com/ms/sv\_SE/about\_ikea/timeline/full\_story.html, tillgänglig 20 april 2005.  
IKEA 2008, ikeaus.ecweb.is/MUSG/, tillgänglig 1 september 2007.  
*Isabella Stewart Gardner Museum*, www.gardnermuseum.org/collection/overview.asp, 14 maj 2002.  
*JD Power*, www.jdpower.com/autos/brand-ratings, tillgänglig 24 maj 2007.  
*Library of Congress, American Memory*, memory.loc.gov, tillgänglig 27 juni 2003.

*McPherson Sentinel*, [www.mcphersonsentinel.com/articles/2007/02/21/news/news3.txt](http://www.mcphersonsentinel.com/articles/2007/02/21/news/news3.txt), tillgänglig 25 februari 2007.

*Mount Vernon*, [www.libertynet.org/ashm/history.html](http://www.libertynet.org/ashm/history.html), tillgänglig, 6 mars 2003.

*Movie Weekly*, 29 november 1924. Tillgänglig på [www.silentsaregolden.com](http://www.silentsaregolden.com), 17 maj 2005.

*National Architecture Accrediting Board*, [architecture.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ&sdn=architecture&zu=http%3A%2F%2Fwww.naab.org%2Fusr\\_doc%2FAccredited\\_Programs\\_22.pdf](http://architecture.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ&sdn=architecture&zu=http%3A%2F%2Fwww.naab.org%2Fusr_doc%2FAccredited_Programs_22.pdf), tillgänglig 16 maj 2006.

*National Edowment for the Humanities*, Timeline. [www.neh.gov/whoweare/timeline.html](http://www.neh.gov/whoweare/timeline.html), tillgänglig den 29 november 2006.

*National Highway Transport Safety Authority, U.S.*, [www.nhtsa.dot.gov/cars/testing/ncap/](http://www.nhtsa.dot.gov/cars/testing/ncap/), tillgänglig 21 maj 2007.

*Needham Historical Society*, [www.greisnet.com/needhist.nsf](http://www.greisnet.com/needhist.nsf), tillgänglig 7 februari 2007.

*Picture Play*, november 1926; [www.silentsaregolden.com](http://www.silentsaregolden.com), tillgänglig 17 maj 2005.

*Plutarch*, [www.stoics.com/plutarch\\_3.html](http://www.stoics.com/plutarch_3.html), tillgänglig 4 oktober 2005.

*Runstenar i USA*, [www.kotv.com/okt/runestones.asp](http://www.kotv.com/okt/runestones.asp), tillgänglig 3 augusti 2005.

[www.sunnyway.com/runes/americanstones.html](http://www.sunnyway.com/runes/americanstones.html), tillgänglig 2 september 2005.

*Saab. Brochures and Reviews*, [www.ashill.org/saab/brochures](http://www.ashill.org/saab/brochures), tillgänglig 21 maj 2007.

*Saab USA*, [www.saabusa.com/saabjsp/military/pickup.jsp](http://www.saabusa.com/saabjsp/military/pickup.jsp), tillgänglig 14 november 2006.

*Siculus, Diodorus*, [www.kernunnos.com/culture/warriors/lit.html](http://www.kernunnos.com/culture/warriors/lit.html), tillgänglig 4 oktober 2005.

*Spoliation of Works of Art*, [www.nationalmuseums.org.uk/spoliation/lists/ty.html](http://www.nationalmuseums.org.uk/spoliation/lists/ty.html), tillgänglig 10 januari 2003.

*Svenska Filminstitutet, Svensk Filmdatabas*, 193.10.144.135/(1xrtotijteolts3sdbmrpfc)/movie.aspx?id=4672&view=11, tillgänglig 13 augusti 2006.

*Swenson Swedish Immigration Resarch Center*, Augustana College, Rock Island, Illinois, Allan Kastrup Collection, 1920s–1990, American Swedish News Exchange, New York, N.Y., [www.augustana.edu/administration/swenson/Archives/Findingaids/MSSP308.htm](http://www.augustana.edu/administration/swenson/Archives/Findingaids/MSSP308.htm), tillgänglig 15 juni 2004.

*The Washington Times*, [washingtontimes.com/national/20040105-103754-1355r.htm](http://washingtontimes.com/national/20040105-103754-1355r.htm), tillgänglig 1 augusti 2004.

*Tiffin glass*, [www.tiffinglass.org/history.html](http://www.tiffinglass.org/history.html), tillgänglig 31 oktober 2005.

[www.media.volvocars.com](http://www.media.volvocars.com), "Volvo Car Corporation Sales (retail deliveries) November, 2007", 3 december 2007, tillgänglig 21 december 2007.

*WorldCat*, [www.worldcat.org](http://www.worldcat.org), tillgänglig 21 maj 2007.

*The Worlds Fair and Exposition Information and Reference Guide*, [hwww.earthstation9.com/index.html?1926\\_ses.htm](http://hwww.earthstation9.com/index.html?1926_ses.htm), tillgänglig 7 februari 2007.

*YouTube*, Saab reklamfilm, "Easily Mistaken for a Summer Car", [www.youtube.com/watch?v=CGxNhooNftY](http://www.youtube.com/watch?v=CGxNhooNftY), tillgänglig 12 november 2006.

## Radio

ABC Evening News 22 april 1976, kl 05.22.50–23.20.

The American-Swedish News Exchange, Inc, "Radiogram från Sverige", nr 104, New York 29 december 1948.

BBC News, 28 juli 2000.

CBS Evening News 22 april 1976, kl 05.49.30–50.

NBC Evening News 22 april, kl 05.43.20–40.

SR, Olof Palme, jultal, 23 december 1972, [www.ur.se/ramp/historia2/olofpalme.php](http://www.ur.se/ramp/historia2/olofpalme.php), tillgänglig 19 maj 2007.

## TV

*Alla vi barn i Bullerbyn*, 1960–1961.

*Deadwood*, HBO 2004.

*Folger's*, reklamfilmer 1965–1986.

*Married with Children*, Fox, 5:e säsongen, avsnitt 128, 26 april 1992: "The Gas Station Show".

*The Muppet Show*, ATV 1976–1981.

*Seinfeld*, NBC 1989–1998.

*The Simpsons*, avsnitt BABFO3, första sändningstid på FOX: 21 november 1999.

*Sleeper Cell*, Showtime 1995.

## Film

*Anna Christie*, (Clarence Brown, 1930).

*Anna Christie*, (John Griffith Wray, 1923).

*Annie Was A Wonder*, (Edward Cahn; John Nesbitt, 1949, *Passing Parade* nr 69).

*Ansiktet*, (Ingmar Bergman, 1958, *The Magician*).

*Armageddon*, (Michael Bay, 1998).

*As Good as it Gets*, (James L. Brooks, 1997).

*As You Desire Me*, (George Fitzmaurice, 1932).

*The Bells of St. Mary*, (Leo McCarey, 1945).

*Beröringen*, (Ingmar Bergman, 1971, *The Touch*).

*The Bitter Tea of General Yen*, (Frank Capra, 1933).

*Blue in the face*, (Wayne Wang, 1995).

*Boat Trip*, (Mort Nathan, 2002).

*Casablanca*, (Michael Curtiz, 1942).

*Casanova*, (Lasse Hallström, 2005).

*Chocolat*, (Lasse Hallström, 2000).

*City of Angels*, (Brad Silberling, 1998).

*Confessions of a Queen*, (Victor Sjöström, 1925).

*Cry Baby*, (John Waters, 1990).

*The Divine Woman*, (Victor Sjöström, 1928).

*Djävulens öga*, (Ingmar Bergman, 1961, *The Devil's Eye*).

*Dr. Black, Mr. Hyde*, (William Crain, 1976).

*Fanny och Alexander*, (Ingmar Bergman, 1982, *Fanny and Alexander*)

*Fargo*, (Joel Coen & Ethan Coen 1996).  
*The Farmer's Daughter*, (H.C. Potter, 1947).  
*Final Analysis*, (Phil Joanou, 1992).  
*Flash Gordon*, (Mike Hodges, 1980).  
*Flesh and the Devil*, (Clarence Brown, 1926).  
*Gentlemen Prefer Blondes*, (Howard Hawks, 1953).  
*Gycklarnas afton*, (Ingmar Bergman 1953, *The Naked Night*).  
*Gösta Berlings saga*, (Mauritz Stiller, 1924).  
*He Who Gets Slapped*, (Victor Sjöström, 1924).  
*Herr Arnes pengar*, (Victor Sjöström, 1922).  
*Hon dansade en sommar*, (Arne Mattson, 1951).  
*Hotel Imperial*, (Mauritz Stiller, 1927).  
*How To Marry a Millionaire*, (Jean Negulesco, 1953).  
*I'll Take Sweden*, (Frederick De Cordova, 1965).  
*Intermezzo*, (Gustaf Molander, 1936).  
*Island on the Top of the World*, (Robert Stevenson, 1974).  
*Jag är nyfiken – gul*, (Vilgot Sjöman, 1967, *I Am Curious (Yellow)*).  
*The Jazz Singer*, (Alan Crosland, 1927).  
*Jungfrukällan*, (Ingmar Bergman, 1960, *The Virgin Spring*).  
*The Killers*, (Robert Siodmak, 1946).  
*En kvinna i Paris*, (Charlie Chaplin, 1923, *A Woman of Paris. A Drama of Fate*).  
*Kvinnors väntan*, (Ingmar Bergman, 1952, *Secrets of Women*).  
*Kyrkoherden*, (Inge Ivarsson, 1970, *The Lustful Vicar*).  
*Käre John*, (Lars-Magnus Lindgren, 1964, *Dear John*).  
*Körkarlen*, (Victor Sjöström, 1921).  
*The Last of the Saxons*, (J. Stuart Blackton, 1910).  
*Let's Fall in Love*, (David Burton, 1933).  
*Livet i Amerika, nr 1: Svenskar i Amerika*, (Europafilm, 1943, *Swedes in America*).  
*The Man Who Shot Liberty Valance*, (John Ford, 1962).  
*The Masks of the Devil*, (Victor Sjöström, 1928).  
*Mitt liv som hund*, (Lasse Hallström, 1985).  
*Molly Pitcher*, (Sidney Olcott, 1911).  
*Mr Jones*, (Mike Figgis, 1993).  
*Name the Man*, (Victor Sjöström, 1924).  
*Never Say Never Mind. The Swedish Bikini Team*, (Buzz Feitshans IV, 2001).  
*Niagara*, (Henry Hathaway, 1953).  
*Nära livet*, (Ingmar Bergman, 1958, *Brink of Life*).  
*Ormens ägg*, (Ingmar Bergman, 1977, *The Serpent's Egg*).  
*Polish Wedding*, (Theresa Connelly, 1998).  
*Ponjola*, (Donald Crisp, 1923).  
*The Princess Comes Across*, (William K. Howard, 1936).  
*The Producers*, (Mel Brooks, 1967).  
*The Producers*, (Mel Brooks, 2005).  
*Queen Christina*, (Rouben Mamoulian, 1933).

*Rear Window*, (Alfred Hitchcock, 1954).  
*Rebel Without a Cause*, (Nicholas Ray, 1955).  
*The Scarlet Letter*, (Victor Sjöström, 1926).  
*The Searchers*, (John Ford, 1956).  
*Serendipity*, (Peter Chelsom 2001).  
*Shane*, (George Spencer, 1953).  
*Sideways*, (Alexander Payne, 2004)  
*Det sjunde inseglet*, (Ingmar Bergman, 1957, *The Seventh Seal*).  
*Skammen*, (Ingmar Bergman, 1968, *The Shame*).  
*Smultronstället*, (Ingmar Bergman, 1957, *Wild Strawberries*).  
*...som havets nakna vind*, (Inge Ivarsson, 1968, *One Swedish Summer*).  
*Sommaren med Monika*, (Ingmar Bergman 1953, *Monika, the Story of a Bad Girl / Summer with Monika*).  
*Sommarlek*, (Ingmar Bergman, 1951, *Illicit Interlude / Summer Interlude*).  
*Soul Man*, (Alan Crosland, 1986).  
*A Star Is Born*, (William A. Wellman, 1937).  
*Stjärnornas krig*, (George Lucas, 1977, *Star Wars*).  
*Street of Sin*, (Mauritz Stiller, 1928).  
*Street Scene*, (King Vidor, 1931).  
*Sweet Home Alabama*, (Andy Tennant, 2002).  
*The Temptress*, (Fred Niblo, 1926).  
*Terje Vigen*, (Victor Sjöström, 1917).  
*A Time to Kill*, (Joel Schumacher, 1996).  
*Trading Places*, (John Landis, 1983).  
*The Torrent*, (Monta Bell, 1926).  
*The Towers of Lies*, (Victor Sjöström, 1925).  
*Two-Faced Woman*, (George Cukor, 1941).  
*Tystnaden*, (Ingmar Bergman, 1964, *The Silence*).  
*Tösen från Stormyrtorpet*, (Victor Sjöström, 1917).  
*The Unbearable Lightness of Being*, (Philip Kaufman, 1988).  
*The Unsaid*, (Tom McLaughlin, 2001).  
*What's Eating Gilbert Grape*, (Lasse Hallström, 1993).  
*The Viking*, (William Neill, 1928).  
*The Viking Queen*, (Walter Edwin, 1914).  
*The Vikings*, (Richard Fleischer, 1958).  
*The Viking's Bride*, (1908).  
*The Viking's Daughter, the Story of Ancient Norsemen*, (J. Stuart Blackton, 1908).  
*The Wild One*, (László Benedek, 1953).  
*Wild Orchids*, (Sidney Franklin, 1929).  
*The Wind*, (Victor Sjöström, 1928).  
*Volvo Brand Film*, (2000, producerad av MVBMS).  
*The Woman On Trial*, (Mauritz Stiller, 1927).  
*Woman Wanted*, (Kiefer Sutherland & Alan Smithee, 2000).  
*Änglar, finns dom*, (Lars-Magnus Lindgren, 1961, *Love Mates*).

## Tryckta källor och litteratur

Här upptas tryckta arbeten, med undantag för artiklar med ofullständiga uppgifter funna i klippssamlingar, samt okatalogiserade material på KB. Även duplicerade rapporter och uppsatser finns listade i de fall de är tillgängliga via bibliotek (sökbara i Libris eller WorldCat) liksom digitalt material som även finns i tryckt form.

- "7 Trends to Watch", *House and Garden*, vol. 73, april 1938, s. 50–54.
- "7 Yankess studera och köpa svenskt konstglas o. konsthantverk", *Stockholms Dagblad*, 14 mars 1928.
- "40 svenska arkitekter till USA", *Svenska Dagbladet*, 2 mars 1931.
- "122-s Competition", *Car and Driver*, maj 1964: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 26.
- "50 000 see Smyth's Swedish Modern Apartment", *Furniture Record*, 15 mars 1939.
- "\$218 690 Realized On Reisinger Art", *The Sun*, 21 januari 1916.
- A L-r, se: Linder, Oliver A.
- "Academy of Arts Adds 6 to Roster", *New York Times*, 1 december 1951.
- Acrelius, Israel, *Beskrifning om de svenska församlingars forna och närvarande tilstånd, uti det så kallade Nya Sverige, sedan Nya Nederland, men nu för tiden Pensylvanien, samt nästliggande orter wid älfwen De la Ware, Wäst-Yersey och New-Castle county uti Norra America, utgifwen af Israel Acrelius*, Stockholm 1759.
- Acrelius, Israel, *A History of New Sweden*, Ann Arbor 1966 [engelsk översättning av ovanstående].
- Adams, Laurie Schneider, *Art Across Time*, London 1999 [samt senare utgåvor].
- "Addresses by Prince Bertil, Roosevelt and Hull at Delaware Ceremony", *New York Times*, 28 juni 1938.
- Agard, Walter Raymond, *The New Architectural Sculpture*, New York 1935.
- Agrawala, Jagdish och Kamakura, Wagner A, "Country of origin: A competitive advantage", *International Journal of Research in Marketing*, vol. 16, 1999, s. 255–267.
- Ahl, Zandra och Olsson, Emma, *Svensk smak. Myter om den moderna formen*, Stockholm 2002.
- Ahlander, Leslie Judd, "The Art and Culture of Sweden", *Washington Post*, 16 september 1962.
- Ahlberg, Hakon och Holmdahl, Gustav, *Gunnar Asplund arkitekt, 1885–1940. Ritningar, skisser och fotografier*; Stockholm 1943.
- Ahlberg, Hakon, *Swedish Architecture of the Twentieth Century*, Stockholm 1925.
- Alin, Hans, "Naket förvånar på Pittsburgs konstinstitut", *Dagens Nyheter*, 7 november 1926.
- Alin, Hans, "Svenska arkitektutställningen", *Nordstjärnan*, 23 april 1931.
- "Alla tala om den svenska konstutställningen. Storartad framgång för vår konstindustri i New York", *Göteborgs-Tidningen*, 9 mars 1927.
- Allen, Fred Hovey, "Swedish Exhibition. Fourth Paper", *Boston Standard*, 2 maj 1895.
- Allen, Jane Addams, "A Scandinavian Experience in Realism and Mysticism", *The Washington Times*, 10 september 1982.

- Allen, Woody, "Through a Life Darkly", *Ingmar Bergman. An Artist's Journey on Stage, on Screen, in Print*, (red. Roger W. Oliver) New York 1995, s. 25–30.
- Allsop, Laura, "Nathalie Djurberg", *Art Review*, mars 2008, nr 20, s. 94.
- Allwood, John, *The Great Exhibitions*, London 1977.
- Alm, Ulla, *Cooperative Housing in Sweden*, Stockholm 1939.
- Almquist, Carl Jonas Love, *Svenska fattigdomens betydelse*, Stockholm 1929 [1838].
- Almquist, Helge, "Kolonistmonumentet i Delaware – en sextioårig tanke", *Svenska Dagbladet*, 8 april 1938.
- Alofsin, Anthony, *Frank Lloyd Wright – the Lost Years, 1910–1922: A Study of Influence*, Chicago 1993.
- Alpert, Hollis, "Review of SHAME", *Saturday Review*, s. 22–23, 25 januari 1969.
- "Americans Arrive at Hollywood!", *Photoplay*, vol. 28, nr 1, juni 1925, s. 28–29.
- "Amerikas främsta museum anordnar svensk utställning", *Social-Demokraten*, 20 juli 1926.
- "Anders Zorn, The Swedish sergeant", *Literary Digest*, vol. 86, 1 augusti 1925, s. 27.
- "Anders Zorn Extols The Progress Of American Art", *Chicago Times Herald*, 26 oktober 1900.
- Anderson, Alexandra, "The Vikings Are Coming", *Portfolio*, vol. 4, september / oktober 1982, s. 10.
- Anderson, John, "Designs for Living", *Playboy*, vol. 8, nr 7, juli 1961, s. 46–50.
- Anderson, John, "No bided time for Sweden", *Interiors*, vol. 112, nr 7, 1953, s. 60.
- Anderson, Rasmus, *America. Not Discovered by Columbus. An Historical Sketch of the Discovery of America, by the Norsemen in the Tenth Century*, Chicago, 1874.
- Andersson, Henrik O., "Modern klassicism i Norden", *Nordisk klassicism. Nordic classicism. 1910–1930*, (red. Simo Paavilainen) Helsingfors 1982, s. 10–28.
- Anholt, Simon, *Anholt-GMI Nation Brands Index, How the world sees the world*, www.nationbrandindex.com, tillgänglig 22 maj 2007.
- Anholt, Simon och Hildreth, Jeremy, *Brand America. The Mother of all Brands*, London 2004.
- Anker, Peter, "Mid-Century: Years of International Triumph", *Scandinavian Modern Design 1880–1980*, (red. David Revere McFadden) New York 1982, s. 131–207.
- Antoine, Arthur St., "Volvo 480ES", *Car and Driver*, februari 1986: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 109.
- Appelo, Tim, "The Great Reformation", *Seattle Weekly*, 21 december 2005.
- "Architects Show Modern Trends In Exposition", *New York Herald Tribune*, 18 april 1931.
- "Architects' Show Visited by 100 000", *New York Times*, 26 april 1931.
- Armitage, Merle, *Accent on America*, New York 1944.
- Arnstberg, Karl-Olov, *Svenskhet. Den kulturförnekande kulturen*, Stockholm 1989.
- "Art and Artists", *Chicago Journal*, 18 februari 1896.
- "The Art Exhibition", *The American Scandinavian Review*, vol. 1, nr 2, mars 1913, s. 11–21.
- "The Art Exhibition", *The American Scandinavian Review*, vol. 1, nr 3, maj 1913, s. 19.
- "The Art Exhibition Final Statement", *The American-Scandinavian Review*, vol. 1, nr 5, september 1913, s. 22–25.

- "Art Notes", *Philadelphia Inquirer*, 14 januari 1894.
- "Art Notes", *Philadelphia Telegraph*, 15 december 1893.
- Artist Ranking. Explanations of the System*, London, 13 januari 2005, s. 2, www.artfacts.net, tillgänglig 25 februari 2007.
- "Artists of Like Mind, Macon G.A.", 6 maj 1901.
- A:son-Palmquist, Lena, *Building Traditions Among Swedish Settlers In Rural Minnesota*, Stockholm 1983.
- "Attack of the Topless Swede", *Car and Driver*, vol. 39, nr 9, mars 1994, s. 30.
- Auerbach, Alfred, "Amerikanska röster om Svenska Paviljongen", *Form*, vol. 35, nr 6, 1939, s. 130–131.
- Aumonier, William, *Modern Architectural Sculpture*, London och New York 1930.
- Auswahl Von Schwedischer Architektur Der Gegenwart*, Stockholm 1908.
- Avery, C. Louise, "Modern Swedish Glass", *The Metropolitan Museum of Art Bulletin*, vol. 22, nr 8, augusti 1927, s. 212–215.
- Ayre, Robert, "Scandinavian Exhibit Adventure in Design", *The Montreal Star*, 15 januari 1955.
- Baker, Donna S., *Heywood-Wakefield Blond. Depression to '50s*, Atgen 2005.
- Bancroft, George, *History of the United States From the Discovery of the American Continent*, bd 1–10, Boston 1834–1875.
- Barcklind, Carl, "Svensk konstindustri i Amerika", *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning* 17 mars 1928.
- Barnes, Geraldine, *Viking America. The First Millenium*, Cambridge 2001.
- Barr, Alfred H., "Preface", *The International Style*, (Henry-Russell Hitchcock och Philip Johnson) New York och London 1995 [1932], s. 27–32.
- Barr, Alfred H., *What is Happening to Modern Architecture?*, Museum of Modern Art, New York 1948.
- Barreneche, Raul, "Blond ambition: designer Laura Bonn scours familiar territory – the aisles of the Swedish home retailer IKEA – to create a sleek home office. The results: cool, clean Scandinavian style", *House Beautiful*, vol. 143, nr 1, januari 2001, s. 104–107.
- Barstad, Jan, *The Newport Tower Project. An archeological investigation into the Tower's past*, Chronognostic Research Foundation Inc. 2007.
- Bartlett, Christopher och Nanda, Anish, "Ingvar Kamprad and IKEA", *Global Marketing Management. Cases and Readings*, (red. Robert Buzzell, John Quelch och Christopher Bartlett) Reading Massachusetts 1995.
- Barton, Arnold H. (red.), *The Old Country and the New. Essays on Swedes and America*, Carbondale, Southern Illinois University Press, 2007.
- Baskette, Kirtley, "Nordic Natural," *Photoplay*, oktober 1941, 52–53 & 86–87.
- Baughn, C. Christopher och Yaprak, Attila, "Mapping Country-of-Origin Research: Recent Developments and Emerging Avenues", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993, s. 97.
- "Bay Area's Folke Ohlsson Offers Best in Furniture Design Technique". *San Francisco News*, 12 januari 1957.



- B.B., "On And Off the Avenue About the House", *The New Yorker*, 22 juli 1939, s. 56–57.
- Becker, Philip C., se: Salomonsson, Eric J.
- Becker, Marshall Joseph, "Archeology at the Printzhof (36DE3), the Only Documented Early 17th Century Swedish Colonial Site in the Delaware Valley", *Journal of Middle Atlantic Archeology*, vol. 15, 1999, s. 71–88.
- Becker, Marshall Joseph, "Ethnohistory and Archeology in Search of the Printzhof; The 17th Century Residence of Swedish Colonial Governor Johan Printz", *Ethnohistory*, vol. 26, nr. 1, vintern, 1979, s. 15–44.
- Bedard, Patrick, "Volvo 760GLE", *Car and Driver*, juli 1982: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 91–92.
- Bedoire, Fredric, *En arkitekt och hans verksamhetsfält kring sekelskiftet. Gustaf Wickmans arbeten 1884–1916*, (diss.) Stockholms universitet, Stockholm 1974.
- Beer, Eileene Harrison, *Scandinavian Design. Objects of a Life Style*, New York 1975.
- Behrendt, Walter Curt, *Modern Building, Its Nature, Problems, and Forms*, New York 1937.
- Benisovich, Michael, "The Sale of the Studio of Adolph-Ulrich Wertmüller", *The Art Quarterly*, vol. 16, våren 1953, s. 20–36.
- Bennett, James O'Donnell, "Sweden Exhibits Treasure House of Arts at Fair", *Chicago Sunday Tribune*, 20 augusti 1933.
- Benson, Adolph B och Hedin, Naboth, *Americans From Sweden*, New York 1950.
- Berg, Jonas, "Dräktdockor – Hazelius' och andras", *Fataburen. Nordiska museets och Skansens årsbok*, 1980, s. 9–28.
- Berg, G[ustaf] A[dolf], "Swedish Modern", *Design*, vol. 40, december 1938, s. 4.
- Berg, G[ustaf] A[dolf], "Swedish Modern", *Form*, vol. 34, nr 7, 1938, s. 164.
- Berg, G[ustaf] A[dolf], "What is Swedish Modern", *American Home*, vol. 22, juli 1939, s. 22.
- Berger, Al, "Tractable Tiger", *Speed Age*, juni 1959, *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, (red. R. M. Clarke) London u.ä., s. 66.
- Berglund, Nils, Osvald, Hugo, och Nannesson, Ludvig, *Science and Cooperation in Swedish Agriculture*, Stockholm 1939.
- Mikael Bergquist och Olof Michélsen, *Josef Frank. Falsterbovillorna*, Stockholm 1998.
- Bernsen, Jens, *Hans J Wegner om design*, København 1994.
- "Betydelsefullt för relationerna Sverige–USA", *Nya Dagligt Allehanda*, 3 februari 1933.
- Bickenheuser, Fred, *Tiffin Glassmasters*, bd. 3, Columbus, 1985.
- Bjelfvenstam, Bo, *Arkitekt. Oskarier. Jude. Ernst Jacobsson*, Stockholm 1991.
- Bjellkandal, Göran, "Allt vi vet om Annedalspojken Arvid", *Göteborgs-Posten*, 23 januari 1994.
- Bjellkandal, Göran, "Jakten på den mystiske Gillstrom Den svenskfödde Hollywoodregissören gjorde över hundra filmer." *Göteborgs-Posten*, 4 januari 2004.
- Björk, Stellan, *IKEA: Entreprenören, Affärsidén, Kulturen*, Stockholm 1998.
- Björklund, Stig, "New From Sweden. Volvo 144", *Road & Track*, augusti 1966: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.ä., s. 49.
- Björklund, Tom, *Reklamen i svenska marknaden 1920–65*, Stockholm 1967, 2 bd.
- Blackborn, Louis, "Sweden Put Art in Everything... See Their Show on Feb 17", *Houston Press*, 5 februari 1956.

- Bladh, Mats, *Spårberoende, momentum och analogier*, Tema Teknik och social förändring, Linköpings universitet, odaterad.
- Blanck, Dag, *Becoming Swedish-American. The Construction of an Ethnic Identity in the Augustana Synod, 1860–1917*, (diss.) Uppsala universitet, Uppsala 1997.
- Boëthius, Gerda "Anders Zorn, the Artist, in Chicago", *Swedish Pioneer Historical Quarterly*, vol. 7, nr 1, januari 1956.
- Boëthius, Gerda, *Zorn. Swedish Painter and World Traveller*, Stockholm 1959.
- Boëthius, Gerda, *Zorn. Tecknaren, målaren, etsaren, skulptören*, Stockholm 1949.
- Bohlin, K. J., *Genom den stora västern. Minnen från världsutställningen i Chicago, Klippbärgen, mormonernas Zion, Stillahafskusten och Yellowstoneparken*, Stockholm 1893.
- Bolander, Knud, (Grey), "Arkitekterna göra lycka i Newyork", *Svenska Dagbladet*, 19 april 1931.
- Bolander, Knud, (Grey), "Konsthantverket utställs även i Filadelfia", *Svenska Dagbladet*, 12 februari 1928.
- Bolander, Knud, (Grey), "Svensk till Amerika", *Dagens Nyheter*, 2 november 1928.
- Boman, Monica (red.), *Design in Sweden*, The Swedish Institute/Svenska institutet, Stockholm 1985.
- Boman, Monica (et alii), *Den svenska formen*, Stockholm 1985.
- Boman, Monica (red.), *Estrid Ericson. Orkidé i vinterlandet*, Stockholm 2000 [1998], s. 62–89.
- Boman, Monica, "Scandinavia Today: Tingen talar", *Form*, vol. 78, nr 616, [nr 8 ] 1982, s. 12–14.
- Boman, Monica (red.), *Svenska möbler 1890–1990*, Lund 1991.
- Bone, Gertrude, "Carl Milles and his work", *Architecture*, vol. 2, 1924, s. 551.
- Borgeson, Griff, "Swedish Invasion. PV 444", *Sports Cars Illustrated*, september 1956: *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 23.
- Bornhop, Andrew, "1999 Saab 9-5 SE. The newest Saab is the torque of the town", *Road and Track*, årg 49, nr 9, s. 78–83.
- Bowen, Benjamin F., *America Discovered by the Welsh*, Philadelphia 1876.
- Brandt, Francis Burke och Gummere, Henry Volkmar, *Byways and Boulevards In and About Historic Philadelphia*, Philadelphia 1926.
- Breck, Joseph, "The Current Exhibition of Modern Decorative Arts", *Bulletin of the Metropolitan Museum of Art*, vol. 21, nr 3, mars 1926, s. 66–68.
- Breck, Joseph, "Swedish Contemporary Decorative Arts", *Bulletin of the Metropolitan Museum of Art*, vol. 22, 1927, nr 1, s. 3–4.
- Breck, Joseph, "Preface", The Metropolitan Museum of Art, *Exhibition of Swedish Contemporary Decorative Arts*, New York 1927, s. ix–xii.
- Breidford Backmeyer, LaDonna, "The New Homeland: Swedish Heritage In the Quad Cities", *Härute – Out Here. Swedish Immigrant Artists in Midwest America. An Exhibition of Works from Augustana College and the Quad Cities Community*, (red. Mary Em Kirn och Sherry Case Maurer) Rock Island, Illinois 1984, s. 15–20.
- Briilioth, Börje, "Berättelse över pressarbetet för Stockholmsutställningen 1930", 7 november 1930, Gregor Paulsson, *Redogörelse för Stockholmsutställningen 1930*, (dupl.) Stockholm 1937.

- Brink, Peter H., "Heritage Tourism in the U.S.A. Grassroots Efforts to Combine Preservation and Tourism", *APT Bulletin*, vol. 29, nr 3/4, 1998, s. 59–63.
- Brinton, Christian, "Concerning Swedish Art", *The American Magazine of Art*, vol. 7, juni 1916, s. 306–7.
- Brinton, Christian, "Foreign Painters at the Panama-Pacific Exposition", *The International Studio*, vol. 54, nr 223, september 1915, s. 47–54.
- Brinton, Christian, *Gustavus Hesselius 1682–1755. An Exhibition Held at the Philadelphia Museum of Art Under the Auspices of the Pennsylvania 300th Anniversary Commission* 1938, Philadelphia, 1938.
- Brinton, Christian, "Introduction", *Exhibition of Contemporary Scandinavian Art. Held under the auspices of the American-Scandinavian Society*, Boston 1913.
- Brinton, Christian, "Introduction", *The Swedish Art Exhibition*, The Copley Society, Boston 1916.
- Brinton, Christian, "The Progressive Spirit in Scandinavian Painting", *The International Studio*, vol. 47, 1913, nr 191, januari, s. lxii.
- Brinton, Christian, "Scandinavian Painters of To-day", *Scribner's Magazine*, vol. 52, 1912, s. 647–661.
- Brinton, Christian, *The Swedish Art Exhibition*, Boston 1916.
- Brobeck, Florence, "Unusual Display Features New Swedish Art Craft", *Manitoba Free Press*, 22 januari 1927.
- Brodowsky, Glen H., "The effects of country of design and country of assembly on evaluative beliefs and attitudes toward buying them: A comparison between low and high ethnocentric consumers", *Journal of International Consumer Marketing*, vol. 10, nr 3, 1998, 85–113.
- Brodowsky, Glen H., Tan, Justin och Meilich, Ofer, "Managing country-of-origin choices: advantages and opportunities", *International Business Review*, vol. 13, 2004, s. 729–748.
- "Brooklynmuseum får exposition från vårt land", *Dagens Nyheter*, 22 maj 1924.
- Broun, Elizabeth, *American Paintings and Sculpture in the Fine Arts Building of the World's Columbian Exposition, Chicago 1893*, (diss., dupl.) University of Kansas, Lawrence 1976.
- Brown, Carolina, *Målaren Hjalmar Grahm*, Stockholm 1999.
- Brown, Denise Scott, se: Venturi, Robert.
- Brown, Joe David, "Sin & Sweden" *Time Magazine*, vol. 65, nr 17, 25 april 1955, [www.time.com/time/magazine/article/0,9171,861357,00.html](http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,861357,00.html), tillgänglig 24 maj 2007.
- Brummer, Hans-Henrik, "Anders Zorn", *Zorn. Paintings, Graphics, and Sculpture*, Birmingham Museum of Art, Birmingham, Alabama, 1986.
- Brummer, Hans-Henrik, "De sista åren", Anders Zorn, *Självbiografiskaanteckningar. Utgivna och kommenterade av Hans Henrik Brummer*, Stockholm 1982.
- Brummer, Hans-Henrik, "Noter", in Anders Zorn, *Självbiografiskaanteckningar. Utgivna och kommenterade av Hans Henrik Brummer*, Stockholm 1982.
- Bruner, Louise, "The palette knife: Scandinavian show items fit into ordinary living", *Toledo Blade*, 3 april 1955.
- Brunnström, Lasse (red.), *Svensk industridesign. En 1900-tals historia*, Stockholm 2004 [1997].

- Brunnström, Lisa, *Det svenska folkhemsbygget. Om Kooperativa Förbundets arkitektkontor*, Stockholm 2004.
- Bryant, Thos L., "Road Test: Volvo 122-s", *Road & Track*, september 1959: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 5.
- Bryant, Thos L., "Turbocharging the Saab 99", *Road & Track*, december 1976: *Road & Track On Saab 1972-1992*, North Branch MN, u.å., s. 29.
- Bryant, Thos L., "The Volvo Evolution", *Road & Track*, januari 1979: *Road & Track On Volvo 1977-1994*, Newport Beach u.å., s. 12.
- Bryant, William Cullen och Gay, Sydney Howard, *A Popular History of the United States, From the First Discovery of the Western Hemisphere by the Northmen, to the End of the First Century of the Union of the States*, London 1876-81.
- Buckhorn, Göran R., "Nordic Rowing Goes Hollywood", *Roddmagasinet*, mars 2004, se: [www.rowinghistory.net/vikings.htm](http://www.rowinghistory.net/vikings.htm), tillgänglig 15 augusti 2005.
- Bull, Harry Adsit, "The Stockholm exposition of 1930", *The International Studio*, vol. 96, augusti 1930, s. 40-46.
- Bush, Martin H., *Sculptures By Duane Hanson*, Wichita 1985.
- Bydler, Charlotte, *Global ArtWorld Inc. On the globalization of contemporary art*, (diss.) Uppsala universitet, Uppsala 2004.
- Byles, Joan, "Fashion: Gay Colors, Contrasts Accent Ski Togs", *New York Times*, 26 december 1951.
- "Buy Milles Sculpture", *New York Times*, 9 mars 1930.
- Böhn-Juhlander, Ingrid, *Bruno Mathsson. Möbelkonstnären. Glashusarkitekten. Människan*, Lund 1992.
- Cahill, Robert Ellis, *New England's Viking And Indian Wars*, Salem, MA, u.å.
- Caldenby, Claes och Hultin, Olof, *Asplund. A book*, New York 1986.
- Caldwell, Christopher, "Islam on the Outskirts of the Welfare State", *New York Times Magazine*, 5 februari 2006, s. 54-59.
- Calloway, Colin G. (red.), *The World Turned Upside Down. Indian Voices From Early America*, Boston 1994.
- "Calmare Nyckel på Chikagoutställningen?", *Nya Dagligt Allehanda*, 12 januari 1931.
- "Camera Studies in the Open Air", *Vanity Fair*, november 1921, s. 31.
- Canby, Vincent, "'I Am Curious (Yellow)' From Sweden", *New York Times*, 11 mars 1969.
- Canby, Vincent, "Lasse Hallstrom's 'My Life as a Dog'; a boy's year", *New York Times*, 24 mars 1987.
- Car and Driver. On Volvo 1955-1986*, Los Angeles 1986.
- Caragonne, Alexander, se: Rowe, Colin.
- "Carl Milles berättar om sin Amerikafärd", *Svenska Dagbladet*, 31 mars 1930.
- "Carl Milles Finds Our Culture High. Swedish Sculptor is Impressed by Youthful Spirit of American People", *New York Times*, 8 december 1929.
- "Carl Milles. Five interesting Works by Sweden's Leading Sculptor", *New York Tribune*, 1 december 1929.
- "Carl Milles konst och person", *Östgöten*, 10 november 1925.
- Carlax, se: Zetterström, G. A.

- Carolus, "Amerika får upp ögonen för vår film" *Filmjournalen*, nr 8, 1922, s. 244.
- Carolus, "Äntligen rättvisa åt vår film i Amerika", *Filmjournalen*, nr 11, 1922, s. 341, 364.
- Carnegie Choice Art Collection", *Philadelphia Inquirer*, 4 november 1900.
- Carr, Carolyn Kinder och Webster, Sally, "Mary Cassatt and Mary Fairchild MacMonnies: The Search for Their 1893 Murals", *American Art*, vol. 8, nr 1 (Winter, 1994), s. 52–69.
- Carrington, Fritz Roy, "Anders L. Zorn, *The Print-Collector's Bulletin. An Illustrated Catalogue Of Painter-Etchings For Sale By Frederick Keppel & Co. 4 East 39th Street, New York. Anders L. Zorn*, [15 mars – 13 april 1907].
- Carron, Christian G., *Grand Rapids Furniture*, Grand Rapids 1988.
- Cary, Elisabeth Luther, "An Exhibition of Work by American Painters of Swedish Descent", *The American Scandinavian Review*, vol. 8, juni 1929, s. 598–605.
- Cary, Elisabeth Luther, "Europe's Part in the Ceramic Exhibition", *New York Times*, 14 oktober 1928.
- Cary, Elisabeth Luther, "Modernism in Glass and Rugs at Metropolitan", *New York Times*, 10 november 1929.
- [Cary, Elisabeth Luther], E.L.C., "New Art Book", *New York Times*, 13 februari 1927.
- [Cary, Elisabeth Luther], E.L.C., "Swedish Industrial Art And America", *New York Times*, 23 januari 1927.
- Casson, Stanley, "A Great European Sculptor", *Architectural Review*, vol. 66, 1929, s. 247–250.
- Casson, Stanley, *XXth Century Sculptors*, London 1930.
- Castenfors, Mårten, *Sveriges konst 1900-talet. Del 3, 1970–2000*, Sveriges Allmänna Konstförening Publikation 110, Stockholm 2001.
- "A Casting Director" [signature], "How Players Are Picked", *New York Times*, 3 februari 1924.
- Catalogue of a Century of Progress Exhibition of Paintings and Sculpture. Lent from American Collections*, Chicago 1933.
- Catalogue of an Exhibition of Sculpture by Carl Milles*, The Detroit Institute of Arts, 6 oktober–15 november 1931.
- Catalogue. Oil Paintings, the work of Baron O. Hermelin, to be sold by Auction On Tuesday, April 17th 1877, in the Art Gallery of Joseph Leonard, No. 13 Beacon Street, Boston* [1877].
- Catalogue Sale of Oil Paintings by Duncanson Brothers, Auctioneers, Monday May 28 1877*, [Washington].
- Cawelti, John G., "America on Display: The World's Fairs of 1876, 1893, 1933", *The Age of Industrialism in America. Essays in Social Structure and Cultural Values*, (red. Frederic Cople Jaher) New York och London 1968, s. 317–363.
- "The Centennial", *Harper's Weekly*, 14 oktober 1876, s. 830.
- "Centennial Sketches", *Harper's Weekly*, 19 februari 1876, s. 154.
- A Century of Progress. Chicago Centennial Exhibition 1933. Old Europe*, u.å. (br.).
- Ceppos, Rich, "Volvo GLT Turbo", *Car and Driver*, februari 1981: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 84.

- "Chairman Favors It", *Pittsburgh Post*, 4 december 1900.
- Channing, Edward, *A History of the United States*, bd 1–6, New York 1905–1925.
- Channing, Edward, *A Short History of the United States for School Use*, New York 1908, [www.gutenberg.org/etext/12423](http://www.gutenberg.org/etext/12423), tillgänglig 8 augusti 2006.
- Charles, Martin, se: Cruickshank, Dan.
- Chase, Stuart, *Men and Machines*, New York 1929.
- Childs, Marquis W., *Sweden the Middle Way*, New Haven 1936.
- Childs, Marquis W., *This Is Democracy. Collective Bargaining In Scandinavia*, New Haven 1938.
- Christensson, Carl, *Bruno Mathsson. Dikten om människan som sitter*, Stockholm 1992.
- Christy, John, "Volvo 122s. Road Test", *Sports Cars Illustrated*, augusti 1960: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 116.
- Clairmont, Leonard, "Moving Picture Actors", (red. Adolph B. Benson och Naboth Hedin,) *Swedes in America*, New Haven 1938, s. 472–481.
- Clamer, Floyd, "Floyd Clamer Road Tests the Volvo 122S", *Auto Topics*, u.å.: *Volvo 120 Amazon. Ultimate Portfolio*, Cobham u.å., s. 119–124.
- Clarke, R. M. (red.), *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, London u.å.
- Clason, Anders, "Introduktion", *Design in Sweden*, (red. Monica Boman) The Swedish Institute/ Svenska institutet, Stockholm 1985, s. 6–7.
- Clements, Monica Lynn och Clements, Patricia Rosser, *An Unauthorized Guide to Fire-King Glasswares*, Atglen 1999.
- Clute, Eugene, "How Yesterday Made Possible Today's Swedish Architecture", *The American Architect Magazine*, vol. 140, nr 2598, augusti 1931, s. 32–37, 98, 100.
- C.O., "Around the Fair. Foreigners and Natives", *The New Yorker*, vol. 15, nr 22, 15 juli 1939, s. 34–36.
- Coffin, Patricia, "Sweden's Pagan Beauty", *Look*, 9 februari 1965, s. 49–62.
- Coghill, Carolyn, "A Moral Crises in Sweden", *Birmingham Post*, 5 september 1954.
- Cole, Alan, "Ingmar Bergman, Magician", *New York Herald Tribune*, söndagstidningarna 25 oktober 1959, 1 november 1959 & 8 november 1959.
- A Collection of Baker Furniture, Assembled For Those Who Appreciate the Finest*, Holland Michigan, u.å.
- Collijn, Gustaf, "Vår konstantverksutställning i New York gör verklig succès", *Stockholms Dagblad*, 4 februari 1927.
- "Colors Runs Riot In Scandinavian Art Exhibition", *New York World*, 22 december 1912.
- A Complete Catalogue of the Art Department of the Second Minneapolis Industrial Exposition: Consisting of Casts from the Antique, American and European Modern Paintings, Engravings, Etchings, etc.*, Minneapolis 1887.
- Constant, Caroline, *The Woodland Cemetery: toward a spiritual landscape. Erik Gunnar Asplund and Sigurd Lewerentz, 1915–61*, Stockholm 1994.
- "Contemporary Swedish Decorative Design", *Bulletin of the Metropolitan Museum of Art*, vol. 21, nr 11, 1926, s. 250.
- Coogan, Jim och Sheedy, Jack, *Cape Cod Companion. The History and Mystery of Old Cape Cod*, kapitel 1, East Dennis, Massachusetts, 1999.

- Cornelius, Betty, "Art Museum Notes", *Capitol Hill Times*, 10 augusti 1956.
- Cornell, Elias, *De stora utställningarnas arkitekturhistoria*, Stockholm 1952.
- Cornell, Henrik, *Carl Milles. Hans verk*, Sveriges Allmänna Konstförenings Publikation nr 72, Stockholm 1963.
- Cornell, Peter, "design. Anden i glaset", *Expressen*, 19 maj 2003.
- Cowie, Peter, "Ingmar Bergman Bids Farewell to Movies", *New York Times*, 10 oktober 1982.
- Craal, "Sveriges hus på världsutställningen", *Aftonbladet*, 11 maj 1904.
- Creighton, Thomas H., se: Ford, Katherine Morrow.
- Croce, Arlene, *Commonwealth Magazine*, 11 mars 1960, s. 647–649.
- Crowell, Bertha C., "Anders Zorn, the Famous Portrait Painter, Visits Southern California", *Los Angeles Herald*, 22 mars 1904.
- Crowther, Bosley, "Brooding and Grim Bergman", *New York Times*, 4 februari 1964.
- Crowther, Bosley, "The Lady From Sweden", *New York Times*, 21 januari 1940.
- Crowther, Bosley, "Norse Opera", *New York Times*, 12 juni 1958.
- Crowther, Bosley, "The Seventh Seal", *New York Times*, 14 oktober 1958.
- Crowther, Bosley, "Shades of Emil Jannings", *New York Times*, 10 april 1956.
- Crowther, Bosley, "Wild Strawberries", *New York Times*, 23 juni 1959.
- Cruikshank, Dan och Charles, Martin, *Erik Gunnar Asplund*, London 1988.
- Csere, Csaba, "IPD Super Swedes. Comparison Test", *Car and Driver*, mars 1984: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 98–99.
- Dahlbäck Lutteman, Helena, "A Multitude of Voices", *Scandinavian Modern Design 1880–1980*, (red. David Revere McFadden) New York 1982, s. 37–45.
- Dahlbäck Lutteman, Helena, "En bakgrund", *Den svenska formen*, (red. Monica Boman) Stockholm 1985 s. 11–22.
- Damanpour, Faramarz, "Temporal Shifts of Developed Country Images: A 20-Year View", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993, s. 357–378.
- Danius, Sara, "Konstglasets modernism", *Kärlek till glas. Agnes Hellers samling av Orreforsglas*, Stockholm 1998, s. 21–30.
- Danckaerts, Jasper, *Journal 1679–1680*, (red. Barlett Burleigh James och J. Franklin Jameson) New York, 1913.
- Daun, Åke, *Svensk mentalitet*, Stockholm 1989.
- Davis, Christie, *Ethic Humor Around the World. A Comparative Analysis*, Bloomington 1990.
- Davies, Florence, "Swedish Exhibit Tells in Home", *The Detroit News*, 15 maj 1927.
- Davies, Kevin M., "Marketing Ploy or Democratic Ideal? On the Mythology of Scandinavian design. Marketing Ploy or Democratic Ideal? On the Mythology of Scandinavian design", *Scandinavian Design Beyond The Myth. Fifty Years Of Design From The Nordic Countries*, (red. Widar Halén och Kerstin Wickman) Stockholm 2003, s. 101–110.
- Davis Jr, David E., "Viewpoint: Volvo 242GT", *Car and Driver*, December 1977: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 71.
- Davis Jr, David E., "Volvo GL", *Car and Driver*, april 1980: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 76.

- Davis, Paul A, "Clio and the Economics of QWERTY", *American Economic Review*, vol. 75, 1985, s. 332–337.
- Dayot, Armand, "Zorn the Inspired. An Appreciation of the Famous Artist by His Friend", *La France*, november 1920, s. 58–60.
- Decorative Arts. Official Catalog Department of Fine Arts Division of Decorative Arts. Golden Gate International Exposition*, San Francisco 1939.
- Decorative Metalwork and Cotton Textiles. Third International Exhibition of Contemporary Industrial Art*, American Federation of Arts, Portland Maine, 1930.
- de Maré, Eric, "The New Empiricism", *The Architectural Review*, nr 1 1948, s. 10.
- "Design Copying Called 'Ethically Immoral'", *Retailing Daily*, 10 maj 1954.
- Design in Scandinavia. A Reading List*, The Chicago Public Library, u.å.
- Design in Scandinavia, An Exhibition of Objects for the Home*, (red. Arne Remlov) Oslo 1954.
- Design in Scandinavia. USA – Canada 1954–57*, (red. Åke Hultdt och Per Laurén) Stockholm 1958.
- Design in Sweden*, (red. Monica Boman) The Swedish Institute/ Svenska institutet, Stockholm 1985.
- Design Sigvard Bernadotte*, Stockholm, Nationalmuseum 5 december 1997 – 15 mars 1998.
- "Designing Women. A deft feminine touch graces Scandinavian crafts", *Post-Crescent*, 29 oktober 1954.
- Dictionary of Races or People. Reports of the Immigrant Commission*, (William P. Dillingham, Daniel Folkmar, och Elnora Cuddeback Folkmar) Washington 1911, nytryck Detroit 1969.
- "Different is Good", *AutoWeek*, vol. 48, nr 39, 21 september 1998, s. 24–25.
- Dinkel, John, "The Luxurious Volvo 262C", *Road & Track*, juli 1977: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 4–5.
- Dinkel, John, "The Volvo Sedans", *Road & Track*, juni 1974: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 92.
- "Does Saab also support anti-gun extremism?" *National Rifle Association*, [www.nra-winningteam.com/0101/saab.html](http://www.nra-winningteam.com/0101/saab.html), 5 april 2005.
- "Dr Sven Hedin Builds Chinese Temple in Chicago", *The Japan Times*, 13 februari 1933.
- Drazin, Charles, *In Search of The Third Man*, London 1999.
- Dunbar, Anna Glenny, "Modern European Sculpture", *Catalogue of an Exhibition of Modern European Sculpture, Decorative Panels by Frances Burr Bly, Modern European Picture Books, Modern Decorative Wrought Iron*, The Memorial Art Gallery, Rochester, New York, februari 1928.
- Dyer, Richard *Heavenly Bodies. Film Stars and Society*, London och New York 2004 [andra upplagan; 1986].
- Dyer, Richard, *White*, London 1997.
- Dymock, Eric, *Saab. Half a Century of Achievement. 1947–1997*, Sutton Veny, 1997.
- Easton, J. Murray, "The Stadshus at Stockholm", *Architectural Review*, vol. 55, januari 1924, s. 1–8.



- E.A.T. *Experiments in Art and Technology: Teknologi för livet. Om Experiments in Art and Technology*, (red. Barbro Schulz Lundestam) Stockholm 2004.
- Edman, Einar, *Med reklamen i sitt hjärta. Blänk ur Folke Stenbecks liv och verk*, u.o. 1958.
- Edward Wormley. *The other Face of Modernism*, Lin-Weinberg Gallery, New York, 1997.
- E.G., "Swedish Art Exhibit Traces Viking Influences", *New York World-Telegram*, 25 september 1937.
- Ehrensward, Ulla, "De svenske i Chicago 1893, *Konsthistoriska studier tillägnade Sten Karling*, Stockholm 1966.
- Ekström, Anders, *Den utställda världen. Stockholmsutställningen 1897 och 1800-talets världsutställningar*, Nordiska museets Handlingar 119, Stockholm 1997.
- "Eisenhower Offers Apology to Sweden", *New York Times*, 30 juli 1966.
- E.L.C., se: Cary, Elisabeth Luther.
- "Eldh-Östberg göra USA-monument", *Svenska Dagbladet*, 5 januari 1937.
- Elley, Derek, "Casanova", *Variety*, vol. 400, nr 4, 12 september 2005, s. 65–66.
- Ellin, Nan, *Postmodern Urbanism*, Oxford och Cambridge 1996.
- Elliott, Stuart, "Grand Theft Auto? No, Make Mine Volvo", *New York Times*, 11 november 2005.
- Elrod, Terry: se: Häubl, Gerald.
- Elsaesser, Thomas (red.), *Early Cinema. Space, Frame, Narrative*, London 1990.
- Elsaesser, Thomas, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam 2005.
- Elsaesser, Thomas, "Primary Identification and the Historical Subject: Fassbinder and Germany", *Ciné-Tracts* 11, vol. 3, nr 3, hösten 1980, s. 43–52;
- Elsässer, Björn, *Svensk bilindustri – en framgångshistoria*, Stockholm 1995.
- Emery, Steuart M., "Sesquicentennial Fair Shows Our Progress. Many Nations Will Participate in the Philadelphia Exposition Celebrating 150 Years of American Independence", *New York Times*, 23 maj 1926.
- Enander, Johan A., *Förenta staternas historia, utarbetad för den svenska befolkningen i Amerika*, bd 1–4, Chicago 1874.
- Enander, Johan A., "Nordmannaminnen i Amerika", *Prärieblomman*, 1903, s. 272–281.
- Enander, Johan A., *Nordmännen i Amerika eller Amerikas upptäckt. Historisk afhandling med anledning af Columbiafesterna i Chicago 1892–1893*, Rock Island, Illinois, 1893.
- Enander, Johan A., *Våra fäders sinnelag. Fornnordiska karaktärsdrag tecknade efter den isländska sagolitteraturen*, Stockholm 1894.
- "En amerikansk poet inspirerad av Zorn", *Social-Demokraten*, 14 september 1920.
- Engler, Mira, "Drive-Thru History: Theme Towns in Iowa", *Landscape*, vol. 32, s. 8–18.
- Engler, Mira, "Theme Towns: The Pitfalls and Alternatives of Image Making", *Small Town*, januari-februari 1994, s. 14–23.
- Engfors, Christina, *E.G. Asplund: Architect, Friend and Colleague*, Stockholm 1999.
- Engman, Max, "The Tug of War Over "Nya Sverige" 1938, *Swedish-American Historical Quarterly*, vol. 45, nr 2, april 1994, s. 69–117.
- "Exhibition at the Insitute", *Chicago Times Herald*, 12 februari 1896.
- Ericsson, Anne-Marie, "The Emergence of Swedish Modern Design, 1917–1939, *The Brilliance of Swedish Glass, 1918–1939. An Alliance of Art and Industry*, (red. Derek E. Ostergard och Nina Stritzler-Levine) New York 1996.

- Ericsson, Anne-Marie, "Parisutställningen 1925. Den svenska tolkningen av 'det moderna'", *Formens rörelse. Svensk Form genom 150 år*, (red. Kerstin Wickman), Stockholm 1995, s 78–99.
- Eriksson, Eva, "Asplundformer", *Dagens Nyheter*, 24 september 1987.
- Eriksson, Monica, "Tennets tid", *Estrid Ericson. Orkidé i vinterlandet*, (red. Monica Boman) Stockholm 2000 [1998], s. 62–89.
- Erixon, Sigurd, *Svensk byggnadskultur. Studier och skildringar belysande den svenska byggnadskulturens historia*, Stockholm 1947.
- E.S., "Vår konstutställning i USA en stor seger", *Stockholms-Tidningen Stockholms Dagblad*, 27 mars 1938.
- "Europe comes to the Fair", *House Beautiful*, vol. 81, 1939, juli-augusti, s. 18–21.
- "Exhibit Sure of Admiration", *Omaha World-Herald*, 26 oktober 1955.
- Exhibition of Contemporary Art. Held Under the Auspices of the American-Scandinavian Society*, (red. Christian Brinton, Carl G. Laurin, Karl Madsen och Jens Thiis) New York, 1912.
- Exhibition of Swedish Contemporary Decorative Arts*, Detroit [1927].
- "Exhibitions of Paintings", *New York Times*, 13 mars 1921.
- "An Expert's Notes on World's Fair Pictures", *St. Louis Globe-Democrat*, 8 augusti 1904.
- "An Expert's Notes on World's Fair Pictures", *St. Louis Globe-Democrat*, 7 oktober 1904.
- Farley, Gloria, *In Plain Sight. Old World Records in Ancient America*, Columbus, Georgia, 1994.
- Faunce, Sara, "Northern Light i Amerika", *Nordiskt Ljus. Realism och symbolism i skandinavisk måleri 1880–1910*, Göteborgs Konstmuseum, 1983, s. 10–13.
- Ferry, Christine, "Swedish Primitive", *Country Life*, vol. 74, 1938, juli, s. 32–33.
- Feuk, Douglas (red.), *Icebreakers. Contemporary Swedish Expressionists*, New York 1982.
- Ferris, George T., *Gems of the Centennial Exhibition: Consisting of Illustrated Descriptions of Objects of an Artistic Character*, New York 1877,
- The Fifth Celebration of Founder's Day At the Carnegie Institute, Pittsburgh, PA, Thursday, November 1, 1900*, Pittsburgh 1900.
- Findling, John E., *Chicago's Great World's Fairs*, Manchester 1994.
- "The First Collection of Northern Art Exhibited in America", *Current Opinion*, vol. 54, 1913, s. 59.
- Fitzgerald, Oscar S., *Four Centuries of American Furniture*, Radnor 1995.
- Fitzhugh, William W. och Ward, Elisabeth I. (red.), *Vikings. The North Atlantic Saga*, Washington och London 2000.
- Fitzhugh, Wallace och William W., se även: Linderoth, Birgitta.
- F.K.M.R., Jr., "The Scandinavian Art exhibition", *New York Evening Mail*, 13 december 1912.
- Flanders, Janet (Gênet), "Letters from Paris", *The New Yorker*, 13 juni 1959, s. 100–106.
- Florin, Bo, *Den nationella stilen. Studier i den svenska filmens guldålder*, (diss.) Stockholms universitet, Stockholm 1997.

- Florin, Bo, *Regi: Victor Sjöström. Directed by Victor Seastrom*, Stockholm 2003.
- Florin, Bo, "Victor Goes West: Notes on the Critical Reception of Sjöström's Hollywood Films, 1923–1930", *Nordic Explorations: Film Before 1930*, (red. John Fullerton och Jan Olsson) London 1999, s. 249–262.
- "Flagstad, O'Casey, Bali Unit, Milles Called Top 1952 Artists", *New York Herald Tribune*, Parisutgåvan, 31 december 1952.
- "Forbidden prints", *The Art Digest*, vol. 6, nr 7, 1 januari 1932, s. 21.
- Ford, Katherine Morrow och Creighton, Thomas H., *The American House Today. 85 Notable Examples Selected and Evaluated*, New York 1951.
- Forgey, Benjamin, "Through a Glass Darkly", *Art News*, december 1982, s. 105–109.
- Forsberg, Håkan, "Ren och klar reklamsuccé", *Svenska Dagbladet*, 15 juli 2003.
- Forslund, Bengt, *Victor Sjöström. Hans liv och verk*, Stockholm 1980.
- Forssell, Christian D (red.), *Ett år i Sverige. Taflor af svenska allmogens klädedrägt, lefnads-sätt och hemseder, samt de för landets historia märkvärdigaste orter*, med teckningar av Gustaf Sandberg, Stockholm 1827.
- Forty Years of Selling Volvo. A Portfolio of Volvo's North American Advertising*, North Branch MN, u.å. [antagligen 1990-tal].
- Foxhall, George, "Swedish Art Is Exhibited At New York", *Worcester Evening Gazette*, 24 september 1937.
- Francis, David R, *The Universal Exposition of 1904*, St. Louis 1913.
- Frank, Josef, "Rum och inredning", *Form*, vol. 30, nr 10, 1934, s. 217–225.
- Frank Leslie's Historical Register of the Centennial Exposition of the United States Centennial exposition, 1876 including illustrations and descriptions of all previous international exhibitions, and containing much useful information, and statistics of the foreign countries represented at the exposition*, (red. Frank H. Norton) New York 1877.
- Frankel, Jim, "Scandinavians to Decorate Art Museum", *The Cleveland Press*, 28 augusti 1954.
- Frankenstein, Alfred, "Design in Scandinavia Is Gracefully Exhibited", *The San Francisco Chronicle*, 16 januari 1957.
- Franklin, Benjamin, *Observations Concerning the Increase of Mankind, Peopling of Countries, etc.*, [bc.barnard.columbia.edu/~lgordis/earlyAC/documents/observations.html](http://bc.barnard.columbia.edu/~lgordis/earlyAC/documents/observations.html), tillgänglig 21 september 2005.
- Frausto-Robledo, Anthony, "Apple and Saab: These Two Brands Reveals Lessons for Both Companies, Their Shareholders and Their Customers", 10 juni 2004, [www.architosh.com/news/2004-06/2004c-0610-saab.phtml](http://www.architosh.com/news/2004-06/2004c-0610-saab.phtml), tillgänglig 21 maj 2007.
- Fredlund, Björn, "Bruno Liljefors and America", *In the Real of the Wild. The Art of Bruno Liljefors of Sweden*, Bell Museum of Natural History, Minneapolis 1988, opag [10 sidor].
- Fredlund, Björn och Bjurström, Per, "Nordiskt sekelskifte i amerikansk belysning", *Nordiskt Ljus. Realism och symbolism i skandinaviskt måleri 1880–1910*, Göteborgs Konstmuseum, Göteborg, 1983, s. 2–3.
- "French Locales Dominate in Promising Pictures", *New York Times*, 17 februari 1924.
- Frick, Gunilla, *Konstnär i industrin*, Nordiska museets Handlingar nr 106, Stockholm 1986.

- Frick, Gunilla, *Svenska Slöjdföreningen och konstindustrin före 1905*, Nordiska museets Handlingar 91, (diss.) Uppsala universitet, Stockholm 1978.
- Friedman, Alice T., "Frank Lloyd Wright and Feminism: Mamah Borthwick's Letters to Ellen Key", *Journal of the Society of Architectural Historians*, vol. 61, nr 2, juni 2002, s. 140–151.
- Friedman, Martin (red.), *The Frozen Image. Scandinavian Photography*, Minneapolis och New York 1982.
- Fries, Ellen (red.), Reports from the Swedish Ladies' Committee to the World's Columbian Exposition at Chicago 1893, Stockholm 1893.
- "Frigoscandia gratulerar Leif Fredriksson, IKEA, till priset... Årets livsmedelsexportör", *Frigoscandia Perspektiv*, nr 2, 2004.
- ...*From American Sands And Artists' Hands. A Story About The Creation Of America's Hand Made Glass*, New Martinsville 1950.
- Fullerton, John och Olsson, Jan (red.), *Nordic Explorations. Film Before 1930*, London 1999.
- Fullerton, John, "Spatial and Temporal Articulation in Pre-classical Swedish Film", *Early Cinema. Space – Frame – Narrative*, (red. Thomas Elsaesser) London 1990, s. 375–388.
- Fur, Gunlög, "Konsten att se", *Historiska etyder, en vänbok till Stellan Dahlgren*, Uppsala universitet 1997, s. 83–94.
- "Furnishing the World", *The Economists*, 19 november 1994, s. 79–80.
- "Furniture Marts Opening in Chicago", *New York Times*, 9 januari 1939.
- Futagawa, Yukio och Wrede, Stuart, *Woodland Crematorium, Stockholm, Sweden. 1935–40. Woodland Chapel, Stockholm, Sweden. 1918–20. Stockholm Public Library, Stockholm, Sweden. 1920–28*, Tokyo 1982.
- "Första juni premiärdag för Chicago", *Dagens Nyheter*, 18 mars 1933.
- "Förtrupp för jubileumsåret", *Svenska Amerikanska Tribunen*, 12 augusti 1937.
- "The Garbo Voice", *Picture Play*, mars 1930, 76.
- Gardell, Mattias, "Vargavinter i Vinland. Rasmystik, identitetspolitik och modern asatro i Förenta staterna", i *Myter om det nordiska. Mellan romantik och politik*, (red. Catharina Raudvere, Anders Andrén och Kristina Jennbert) Lund 2001, s. 154–190.
- Gardner, Albert Ten Eyck, *American Sculpture. A Catalogue of the Collection of the Metropolitan Museum of Art*, New York 1965.
- Gardner, Dorsey, *Grounds and Buildings of the Centennial Exhibition, Philadelphia, 1876*, United States Centennial Commission. International Exhibition, Philadelphia 1876.
- Gardner, Helen, *Art Through the Ages*, New York 1926.
- Gardner, Helen, *Art Through the Ages*, 2:a upplagan, New York 1936.
- Gardner, Helen, *Art through the Ages*, 3:e upplagan, New York 1948.
- Gardner, Helen, *Art through the Ages*, 4:e upplagan, New York 1959.
- Gardner, Helen, *Gardner's Art Through the Ages*, 5:e upplagan, New York 1970.
- Garnert, Jan, *Anden i lampan. Etnologiska perspektiv på ljus och mörker*, Stockholm 1993.
- Gay, Sydney Howard, se: Bryant, William Cullen.
- "Gefleporlinet gör lycka i Newyork", *Norrlandsposten*, 29 februari 1928

- Gehron, William, "The work of Carl Milles, Sculptor", *Architecture*, vol. 16, 1930, s. 345–348.
- Geiger, Katja och Åhländer, Lars (red.), *Katja of Sweden. Mode och design utan gränser – en biografi*, Stockholm 2000.
- Gênet, se: Flanders, Janet.
- Giedion, Siegfried, *Space, Time and Architecture*, 5:e utgåvan, Cambridge 1967 [1941].
- "The Girls of Scandinavia", *Playboy*, vol. 15, nr 6, juni 1968, s. 122–134; 182–184.
- "The Girls of Sweden", *Playboy*, vol. 8, nr 5, maj 1961, s. 84–91; 108–114.
- Glambek, Ingeborg, *Det nordiske i arkitektur og design sett utenfra*, København 1997.
- Glueck, Grace, "Art May Not Be All Fun and Games, but Some of It Certainly Is", *New York Times*, 24 augusti 2001, s. E 33.
- Glueck, Grace "Art Season off to early and lively beginning", *New York Times*, 17 september 1982, s. C 1, 16.
- G. N-m, se: Näsström, Gustaf.
- "Golden gate utställningen", *Form*, vol. 35, nr 6, 1939, s. 83–86.
- Goodman, Mitchell, "An All-Scandinavia Show", *New York Times*, 22 april 1956.
- Goodrich, Aaron, *A History of the Character and Achievements of the So-Called Christopher Columbus*, New York, 1874.
- Gordon, Elizabeth, "Why the New Scandinavian Show is Important to America", *House Beautiful*, februari 1954, s. 154.
- Goshe, Ed, Hemminger, Ruth och Piña, Leslie, *40s, 50s & 60s Stemware by Tiffin*, Atglen 1999.
- Goshe, Ed, se: även Hemminger, Ruth.
- Graby, Françoise, "Countries as Corporate Entities in International Markets", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993, s. 257–283.
- Gradén, Lizette, *On Parade. Making Heritage in Lindsborg, Kansas*, (diss.) Stockholms universitet, Stockholm 2003.
- Grandien, Bo, *Rönndrurvans glöd. Nygöticistiskt i tanke, konst och miljö under 1800-talet*, Nordiska museets Handlingar 107, Stockholm 1987.
- Grant, Madison, *The Passing of the Great Race or the Racial Basis of European History*, New York 1919 (1916).
- Graves, Michael, "The Swedish Connection", *Journal of Architectural Education*, vol. 24, nr 1, september 1975, s. 12–13.
- Graves, Michael, "Swedish Connection, a Didactic Exercise", *Lotus International*, nr 22 1978, s. 5–7.
- Greenhalgh, Paul (red.), *Modernism in Design*, London 1990.
- Greis, Gloria Polizzotti, "Vikings on the Charles or, the Strange Saga of Dighton Rock, Norumbega, and Rumford Double-Acting Baking Powder", *Needham Historical Society* 2004. [www.greisnet.com/needhist.nsf](http://www.greisnet.com/needhist.nsf), tillgänglig 7 februari 2007.
- Grey, se: Bolander, Knud.
- Gridley, Marion E., *America's Indian Statues*, Chicago 1966.
- Griffin, Larry, "Volvo 760 Turbo Wagon", *Car and Driver*, december 1985; *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 107.

- Grinyer, Clive, "Design Differentiation for Global Companies: Value Exporters and Value Collectors", *Design Management Journal*, hösten 2001.
- Gullberg, Gustaf, *Boken om Chicago. Snabbmålningar från en resa till verdensutställningen 1893*, Stockholm 1893.
- Gullberg, Gustaf, *Paris just nu! Ögonblicksbilder från verdensutställningen i Paris 1889*, Stockholm 1889.
- Gummere, Henry Volkmar, se: Brandt, Francis Burke.
- Gunnar Asplund, 1885–1940. *The Dilemma of Classicism*, London 1988.
- Gura, Judith, "History of Dunbar", *Edward Wormley. The Other Face of Modernism*, Lin Weinberg Gallery, New York, 1997, s. 14–15.
- "Gustaf Proves He's Democratic Prince Visits Art Exhibit, Wears Same Pants He Wore Yesterday", *Chicago American*, 15 juli 1938.
- Gustafson, Philip, "Swedish Modern – A Way of Living", *Country Life*, vol. 76, juni, 1939, s. 52–54.
- Gustafson, Anita Olson, "Jenny Lind on tour: the Swedish nightingale's visit to Charleston, 1850–1851", *Scandinavians in Old and New Lands. Essays in Honor of H. Arnold Barton*, (red Philip J. Anderson, Dag Blanck och Byron J. Nordstrom) Chicago 2004, s. 185–203.
- Gustafsson, Charlotte, "Y som i Yxhult", [www.orebrolansmuseum.se/kulturmiljo/yxhult.htm](http://www.orebrolansmuseum.se/kulturmiljo/yxhult.htm), tillgänglig 25 november 2006.
- Guzzo, Louis, "Man in Blue Smock Has All the Answers in Scandinavian Show", *The Seattle Times*, 15 augusti 1956.
- Gynning, Margareta, *Det ambivalenta perspektivet. Eva Bonnier och Hanna Hirsch-Pauli i 1880-talets konstliv*, Stockholm 1999.
- Göthe, Georg, "Fine Arts – Painting, Sculpture, Architecture and Decoration", *Swedish Catalogue. World Columbian Exposition 1893. II Statistics*, Stockholm 1893.
- Haag, Jackson D., "Noted Swedish Sculptor here", *Detroit News*, 15 oktober 1929.
- Hakanson, Joy, "Design Show Date Nears", *Detroit News*, 8 maj 1955.
- Hakim, Danny, "Building Autos With the Same DNA. Saab's New S.U.V. Has a Lot in Common With Buick, GMC and Isuzu", *New York Times*, 22 februari 2005.
- Hald, Arthur, och Skawonius, Sven Erik, *Contemporary Swedish Design. A Survey in Pictures*, New York och Stockholm 1951.
- Hald, Arthur, "A Fresh Breeze from the Northeast", *House Beautiful*, februari 1954.
- Hale, Frederick, "Time for Sex in Sweden: Enhancing the Myth of the "Swedish Sin" during the 1950s", *Scandinavian Studies*, vol. 75 nr 3, hösten 2003, s. 351–374.
- Halén, Widar, "The Flow Of Ideas USA – Scandinavia", *Skandinavian Design Beyond The Myth. Fifty Years Of Design From The Nordic Countries*, (red. Widar Halén och Kerstin Wickman) Stockholm 2003, s. 47–55.
- Halén, Widar och Wickman, Kerstin (red.), *Scandinavian Design Beyond The Myth. Fifty Years Of Design From The Nordic Countries*, Stockholm 2003.
- Hales, Linda, "Artistic Interpretations of Sweden, Inside and Out", *Washington Post*, 21 oktober 2006.
- Hall, Mordaunt, "The Blonde's Victory", *New York Times*, 22 januari 1928.
- Hall, Mordaunt, "The Clown's Revenge", *New York Times*, 10 november 1922.

- Hall, Mordaunt, "A Colorful Masterpiece", *New York Times*, 16 november 1924.
- Hall, Mordaunt, "A Defendant's Testimony", *New York Times*, 28 september 1927.
- Hall, Mordaunt, "Lillian Gish", *New York Times*, 5 november 1928.
- Hall, Mordaunt, "Lorelei Lee and Dorothy", *New York Times* 16 januari 1928.
- Hall, Mordaunt, "A Picture in Colors", *New York Times*, 29 november 1928.
- Hall, Mordaunt, "Rum, Romance and Robbery", *New York Times*, 29 oktober 1928.
- Hall, Mordaunt, "Satan's Ruse", *New York Times*, 26 november 1928.
- Hall, Mordaunt, "The Scarlet Letter", *New York Times*, 10 november 1926.
- Hall, Mordaunt, "A Swedish Story", *New York Times*, 28 september 1925.
- Hall, Mordaunt, "Uneasy Heads", *New York Times*, 24 mars 1925.
- Hallén, David, "Milles inte 'hem för att dö'", *Aftonbladet*, 17 juli 1946.
- Hamilton, Carl, *Absolut. Historien om flaskan*, Stockholm 1994.
- Harris, Neil, "North by Midwest", *Design in America; The Cranbrook Vision 1925–1950*, Detroit 1983.
- Hart, Charles Henry, "The Earliest Painter in America", *Harper's Magazine*, vol. 96, 1898, s. 566.
- Han, C. Min, "Country image: Halo or Summary Construct", *Journal of Marketing Research*, vol. 26, maj 1989, s. 222–229.
- Hansen, Per H., *The Construction of an International Brand: The Rise and Decline of Danish Design, 1930–1970*, Institute of European Studies, University of California, Berkeley, och Centre for Business History, Copenhagen Business School, 2004.
- Hansson, Nils och Karen, *With Zip and his Master in Sweden*, Stockholm 1939.
- Hansson, Sigfrid, *Employers and Workers in Sweden*, Stockholm 1939.
- Hardenby, Brita, "När höganäsarna gick till Jeppsons shop", *Kullabygd*, vol. 69, 1996, [www.hembygdshistoria.se/kullens/kullabygd/jeppsons.htm](http://www.hembygdshistoria.se/kullens/kullabygd/jeppsons.htm), tillgänglig 2 februari 2007.
- Hart, Charles Henry, "The Earliest Painter in America", *Harper's Magazine*, vol. 96, 1898, s. 566.
- Hartman-Söderberg, Ingrid, "Selma Giöbel och hennes arbeten i länmuseets samlingar", *Från bergslag och bondebygd. Årsbok för Örebro läns hembygdsförbund och Stiftelsen Örebro läns museum*, vol. 13, 1985.
- Haskell, Douglas, *The Nation*, 20 maj 1939.
- Hayden, Hans, se: Pettersson, Hans.
- Hawkins, Joan, *Cutting Edge. Art-Horror and the Horrific Avant-garde*, Minneapolis 2000.
- "He Who Gets Slapped", *Photoplay*, vol. 28, nr 2, januari 1925, s. 61.
- Headley, Janet A., "Anne Whitney's 'Leif Eriksson'. A Brahmin Response to Christopher Columbus", *American Art*, vol. 17, nr 2, sommaren 2003, s. 40–59.
- "Hedersvärv för Sverige i Newyork", *Stockholms-Tidningen*, 24 januari 1931.
- Hedin, Naboth: se även: Benson, Adolph B; och Söderlund, Ernst.
- Hedin, Naboth, "Modern Furniture in Sweden", *The International Studio*, vol. 95, mars 1930, s. 25–28, 92.
- Hedin, (red.), *Sweden at the New York Fair*, opag. [1939].
- Hedqvist, Hedvig, 1900–2002 *Svensk Form internationell design*, Stockholm 2002.

- Hedqvist, Hedvig och Jacobson, Rickard, *Modernt svenskt Tenn*, Stockholm 2004.
- Hedqvist, Hedvig, "Volvos ränder går aldrig ur", *Svenska Dagbladet*, 9 oktober 1999.
- Heinrich, Walter: se: Unus, Walter.
- Heiss, Alanna, utan titel, *Icebreakers. Contemporary Swedish Expressionists*, (red. Douglas Feuk) New York 1982.
- Heller, Agnes, "Anteckningar om Orrefors Glasbruk", *Kärlek till glas. Agnes Hellers samling av Orreforsglas*, Stockholm 1998.
- Heller, Reinhold, "Painters from the Midnight Sun", *New York Times*, 21 augusti 1988.
- Heller, Richard, "The Myth Called Sweden", *Forbes*, vol. 166, nr 6, 4 september 2004, s. 66–67.
- Hemminger, Ruth, "Introduction", Ruth Hemminger, Ed Goshe och Leslie Piña, *Tiffin Modern. Mid-Century Art Glass*, Atglen 1997, s. 5–8.
- Hemminger, Ruth, Goshe, Ed och Piña, Leslie, *Tiffin Glass 1940–1980*, Atglen 2001.
- Hemminger, Ruth, Goshe, Ed och Piña, Leslie, *Tiffin Modern. Mid-Century Art Glass*, Atglen 1997.
- Hemingway, Ernest, "The Killers", *Men Without Women*, London 1927.
- Henderson, Rose, "A Swedish Furniture Designer in America", *American Artist*, vol. 15, nr 10, december 1951, s. 54–57.
- Hendin, Herbert, *Scandinavia and Suicide. A Psychoanalytic Study of Culture and Character*, New York och London 1964.
- Henle, Guy, "Designed and Made in the USA.", *House Beautiful*, juli 1959, s. 89.
- Henriksson, Lars, "Torslanda, Kalmar, Uddevalla – löpande bandet tur & retur", *Fjärde Internationalen*, nr 2, 1994, [www.socialistiskapartiet.se/e107\\_plugins/content/content.php?content.220](http://www.socialistiskapartiet.se/e107_plugins/content/content.php?content.220), tillgänglig 21 maj 2007.
- Hermelin, Olof, "Bref från Filadelfia", *Ny illustrerad tidskrift*, 6 maj 1876.
- Hermelin, Olof, "Konstutställningen", *Redogörelser för verdensutställningen i Filadelfia 1876*, s. 486–493.
- Hertz, Johannes, "The Newport Tower", *Vikings. The North Atlantic Saga* (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward) Washington och London 2000, s. 376.
- Heskett, John, *Design – en introduktion*, Stockholm 2006.
- Heslop, Louise och Papadopoulos, Nicolas, "But Who Knows Where or When: Reflection on the Images of Countries and Their Products", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993, s. 39–76.
- Heslop, Louise, se även: Papadopoulos, Nicolas.
- Hildreth, Jeremy, se Anholt, Simon.
- Hildreth, Richard, *The History of the United States of America, From the Discovery of the Continent to the Organization of Government Under the Federal Constitution*, bd 1–6, New York, 1849–52.
- Hinshaw, David, *Sweden. Champion of Peace*, New York 1949.
- Hiort, Esbjörn, *Finn Juhl. Furniture, Architecture, Applied Art*, København 1990.
- "His Own People. The Inspiration of the Work of Anders Zorn", *The Craftsman*, vol. 25, nr 3, 1913, december, s. 247.



- Historical Documentation & Archeological Investigations Conducted at Governor Printz Park, Essington, Delaware County, Pennsylvania*, West Chester, PA 1991.
- Hitchcock, Henry-Russell, *Architecture. Nineteenth and Twentieth Century*, London 1958.
- Hitchcock, Henry-Russell och Johnson, Philip, *The International Style*, New York och London 1995 [New York 1932].
- Hitchcock, Henry-Russell, *Modern Architecture. Romanticism and Reintegration*, New York 1929.
- Hoffman, Marilyn, "Design in Scandinavia", *Christian Science Monitor*, 9 juli 1954.
- Hofstadter, Richard, *Anti-intellectualism in American Life*, New York 1962.
- Hoffstedt, Wilhelm, "Verldsexpositionen i Filadelfia 1876. VII De mindre byggnaderna", *Teknisk Tidskrift*, vol. 6, nr. 9, september 1876, s. 193–196.
- Hogsten, Dag, "Snubblar i starten – vinner i längden", *Teknikens Värld*, nr 22, 2003, [www.privataaffarer.se/bil/testdrive.asp?id=1387](http://www.privataaffarer.se/bil/testdrive.asp?id=1387), tillgänglig 24 maj 2007.
- Holbrook, Christine, "1938 Modern – Thanks Sweden", *Better Homes and Gardens*, vol. 17, november 1938, s. 28.
- Holm, Thomas Campanius, *Kort beskrifning om provincien Nya Sverige uti America*, Stockholm 1702, faksimil, Stockholm 1988.
- Holmberg, Axel, *Skandinaviens hållristningar*, Stockholm 1848.
- Holmdahl, Gustav, se: Ahlberg, Hakon.
- Holmes, Ann, "Museum Gets Good Goods", *Houston Chronicle*, 15 juli 1959.
- Holmlund, Chris, *Impossible Bodies. Femininity And Masculinity At The Movies*, London och New York 2002.
- Honour, Hugh och Fleming, John, *World History of Art*, London 1982.
- Hopper, Philip, *Anchor Hocking Catalogs, 1940 – present*, Atglen 2003.
- Horell, Paul, "Ice Breaker", *Motor Trend*, vol. 58, juni 2006, s. 118–120 & 121.
- "A Hotter Volvo. Road Test", *Sports Cars Illustrated*, oktober 1957: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 13.
- Houlding, Andrew, "If the Government Ran Like a Volvo, It Wouldn't Be Shutting Down", *AutoWeek*, vol. 46, 11 januari 1996, s. 11.
- H. R., "Achievements of Ragnar Ostberg", *Journal of the American Institute of Architects*, vol. 15, nr. 6, juni 1927, s. 192–205.
- Hultén, Pontus, "Öyvind Fahlström, Citizen of the World", *Öyvind Fahlström*, The Solomon R. Guggenheim Museum, New York, 1982, s. 106–109.
- Hultgren, William O., se: Salomonsson, Eric J.
- Hultin, Olof, se: Caldenby, Claes.
- Huldt, Åke och Laurén, Per (red.), *Design in Scandinavia. USA – Canada 1954–57*, Stockholm 1958.
- Huneker, James Gibbons, "Zorn the Etcher", *New York World*, 17 oktober 1920.
- Husband, Joseph, "The Domestic Art of Sweden", *The House Beautiful*, vol. 67, maj 1930, s. 615.
- Huxtable, Ada Louise, "Asplund", *New York Times*, 20 september 1978 [Endast tillgänglig i digital form].
- Hyland, Douglas K. S., "Zorn and his American Patrons", *Zorn: Paintings, Graphics, and Sculpture*, Birmingham Museum of Art, Birmingham, Alabama, 1986.

- Härute – Out Here. Swedish Immigrant Artists in Midwest America. An Exhibition of Works from Augustana College and the Quad Cities Community*, (red. Mary Em Kirn och Sherry Case Maurer) Rock Island, Illinois 1984.
- Häubl, Gerald och Elrod, Terry, "The impact of congruity between brand name and country of production on consumers' product quality judgments", *International Journal of Research in Marketing*, vol. 16, 1999, s. 199–215.
- Högberg, Ole, *Flugsvampen*, Stockholm 2004.
- Höjer, Axel, Jerneman, Tor, och Wangson, Otto R., *Some Aspects of Swedish Social Welfare*, Stockholm 1939.
- "I Am A Conjuror", *Time*, 14 mars 1960, s. 60–52, 65–66.
- Ickeringill, Nan, "A Nordic Fashion Smorgasbord", *New York Times*, 9 december 1966.
- Ignatiev, Noel, *How the Irish Became White*, New York 1996.
- IKEA 1993, u.å., u.o. (katalog för västra USA)
- IKEA 2007, u.å., u.o. (katalog för USA)
- "Import for American Tastes", *Motor Trend*, vol. 22, nr 5, maj 1970, s. 24.
- "The Impressionist Carry Off Three Boston Prizes", *Cincinnati Tribune*, 19 januari 1996.
- "Ingrid Bergman visits a Minnesota farm", *Look*, 6 april 1943, s. 26–29.
- Illustrated Catalogue of the Post-Exposition Exhibition*, San Francisco 1916.
- "Including the Scandinavian", *Vanity Fair*, april 1928, s. 78.
- "Ingmar Bergman – candid conversations", *Playboy*, vol. 11, nr 6, juni 1964, s. 61–68.
- Ingram, J. S., *The Centennial Exposition, Described and Illustrated, Being a Concise and Graphic Description of this Grand Enterprise Commemorative of the First Centenary* [sic!] Philadelphia 1876.
- International Exhibition of Ceramic Art*, American Federation of Arts, Portland Maine 1928.
- International Exhibition. Contemporary Glass and Rugs*, American Federation of Arts, Portland Maine 1929.
- "It's swift, sexy, and from Volvo?", *AutoWeek*, vol. 48, nr 21, 18 maj 1998, s. 22–23.
- Izenour, Steven: se Venturi, Robert.
- Jackson, Lesley, *The New Look. Design in the Fifties*, London 1998.
- Jacobs, Allan och Appleyard, Donald, "Toward an Urban Design Manifesto", *Journal of the American Planning Association*, vol. 53, nr 1, 1978, s. 112–120.
- Jacobs, Barry, "Bland amerikanska läsare och kritiker", *August Strindberg och hans översättare*, Kungl. Vitterhets Historie och Antikvitets Akademien, konferenser 33, Stockholm 1995, s. 75–86.
- Jacobson, Matthew Frye, *Whiteness of a Different Color. European Immigrants and the Alchemy of Race*, Cambridge 1998.
- Jacobson, Rickard, se: Hedqvist, Hedvig.
- Jaderborg, Elizabeth, "Swedish Architectural Influence in the Kansas Smoky Valley Community", *The Swedish Pioneer Historical Quarterly*, vol. 31 nr 4, oktober 1980, s. 65–79.
- Jakobsson, Ingel, *Drömmen om en vägg. Bertil Damm och hans monumentalverk*, Bollnäs 1988.

- Jaher, Frederic Cople (red.), *The Age of Industrialism in America. Essays in Social Structure and Cultural Values*, New York och London 1968.
- Janson, Donald, "Eisenhower Is Firm For Middle of Road", *New York Times*, 28 juli 1960.
- Janson, Horst Waldemar, *History of Art*, London 1962 [samt senare utgåvor].
- Jansson, Arne, "Svensk tändsticksindustri 1836–1996", Walter Loewe, Arne Jansson och Carl Magnus Rosell, *De tände eld. Svensk tändsticksindustri 1836–1996*, Stockholm 1997.
- Jansson, Birger, "Sven Andersson/Swante Palm – His Early Life in Sweden", *Swedish American Genealogist*, vol. 12, nr 1, s.1–11, mars 1992.
- Jansson, Birger, *Två svenska konsuler och nordamerikanska inbördeskriget*, Houston 1996 (dupl.).
- Jedlicka, Dan, "Different roles suit new Regal Gran Sport, Volvo 940", *Chicago Sun – Times*, 27 februari 1991.
- Jelić, Luka, "L'Évangélisation de l'Amérique avant Christopher Colomb", översatt och kommenterar som "The Evangelization of America Before Christopher Columbus", *NEARA Journal*, vol. 40, nr 2, s. 36–41.
- Jencks, Charles, *The Language of Post-Modern Architecture*, London 1978.
- Jenkins, David, *Sweden and the Price of Progress*, New York 1968.
- Jerneman, Tor, se: Höjer, Axel.
- Jewell, Edward Alden, "Architectural League", *New York Times*, 19 april 1931.
- Jewell, Edward Alden, "Art Exhibitions That Anticipate the Summer Solstice: Swedish Art National in Effect", *New York Times*, 8 juni 1930.
- Jewell, Edward Alden, "Art Tercentenary of Sweden Opens", *New York Times*, 24 september 1937.
- Jewell, Edward Alden, "An Event in Sculpture", *New York Times*, 17 april 1932.
- Jewell, Edward Alden, "Norse Art. Swedish Exhibition A Wide Survey", *New York Times*, 3 oktober 1937.
- Jewell, Edward Alden, "Sculpture Exhibition Represents Seven Nations", *New York Times*, 29 januari 1928.
- Jewell, Edward Alden, "Swedish Art National in Effect", *New York Times*, 8 juni 1930.
- Jewett, Eleanor, "Work of Milles Shows Unusual Classic Skill", *Chicago Tribune*, 12 januari 1930.
- J. L., "The Saga of Sjöström", *The Picturegoer*, vol. 3, nr 16, april 1922.
- Johannesson, Lena, "Fenomenet Zorn – världs- och verklighetserövraren", *Zorn i svart och vitt. Anders Zorn som etsare, tecknare och fotograf*, (red. Birgitta Sandström) Mora 2002, s. 111–141.
- Johannesson, Lena, "Ellen Key, Mamah Bouton Borthwick and Frank Lloyd Wright. Notes on the historiography of non-existing history", *Nora*, nr 2 1995, s. 126–136.
- Johnsen, Espen, "Form follows Emotion? Northern Minimalism and Neomodernism", *Scandinavian Design Beyond The Myth. Fifty Years Of Design From The Nordic Countries*, (red. Widar Halén och Kerstin Wickman) Stockholm 2003, s. 133–141.
- Johnson, Amandus, "Stenarna tala", *Allsvensk samling*, vol. 25, mars 1938.
- Johnson, Erskine, "In Hollywood", *Dixon Evening Telegraph*, 26 november 1954.

- Johnson, Philip, "Foreword to the 1995 edition", *The International Style*, New York och London 1995 [New York 1932], s 13–18.
- Johnson, Philip, "Historical note", *Modern Architecture. International Exhibition*, Museum of Modern Art, New York, 1932, s. 18–25.
- Johnson, Philip, se även: Hitchcock, Henry-Russell.
- Johansson, Alf och Svensson, Waldemar, *Swedish Housing Policy*, Stockholm 1939.
- Johansson, Britt-Inger, *Arkitekten Agi Lindegrens liv och verk 1858–1927*, (diss.) Uppsala universitet, Stockholm 1997.
- Johansson, Gotthard, "Svensk konstindustri i Chikago. Mindre en utställning än butik", *Svenska Dagbladet*, 5 juli 1933.
- Johansson, Johny K., "Missing a Strategic Opportunity: Managers' Denial of Country-of-Origin Effects", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993, s. 77–86.
- Jonsson, Stefan "Vilse i designatlasen", *Dagens Nyheter*, 22 mars 2003.
- Jordan, Terry G., "The Material Cultural Legacy of New Sweden on the American Frontier", *New Sweden in America*, (red. Carol E. Hoffecker, Richard Waldron, Lorraine E. Williams, and Barbara E. Benson) Newark och London 1995, s. 302–318.
- Jordan, Terry G. och Kaups, Matti, *The American Backwoods Frontier. An Ethnic Ecological Interpretation*, Baltimore och London 1989.
- Julier, Guy, *The Culture of Design*, London 2004 (2000).
- "Just Two Good Boys from the Other Side," *Photoplay*, juli 1927, s. 34–35.
- Jönsson, Tommie, "Den gamla fina svenska synden", *Darling*, nr 42, 2000, [www.darling.se/nr42/svenska\\_synden](http://www.darling.se/nr42/svenska_synden), tillgänglig 21 maj 2007.
- Kadin, se Modin, Karl.
- Kahn, Ely Jacques, "Carl Milles: A New Fountain for Stockholm", *Architectural Forum*, vol. 64, nr 5, november 1934, s. 306–319.
- Kalha, Harri, "Just One of Those Things – The Design in Scandinavia Exhibition 1954–57", *Scandinavian Design Beyond The Myth. Fifty Years Of Design From The Nordic Countries*, (red. Widar Halén och Kerstin Wickman) Stockholm 2003, s. 67–75.
- Kalha, Harri, "Kaj Franck & Kilta. Gendering the (Aesth)Ethics of Modernism", *Scandinavian Journal of Design History*, vol. 10, 2000, s. 28–45.
- Kalm, Pehr, *Resejournal över resan till norra Amerika*, 2 bd, Helsingfors 1970.
- Kamakura, Wagner A., se: Agrawala, Jagdish.
- Kane, Lily, *Greta Magnusson Grossman. Designer*, New York 2000.
- Karjalainen, Toni-Matti, *Semantic Transformation in Design. Communicating Strategic Brand Identity Through Product Design References*, (diss.) University of Art and Design Helsinki, Helsingfors 2004.
- Kastrup, Allan, *Med Sverige i Amerika. Opinioner, stämningar och upplysningsarbete*, Malmö 1985.
- Kastrup, Allan, *The Swedish Heritage In America: The Swedish Element In America And American-Swedish Relations In Their Historical Perspective*, St Paul 1975.
- Katzman, David M., *Seven days a week. Women and domestic service in industrializing America*, New York, 1978.

- Kaufman, Anthony, "Is Foreign Film the New Endangered Species?", *New York Times*, 22 januari 2006.
- Kaufmann Jr, Edgar, "Finn Juhl of Copenhagen", *Interiors*, vol. 108, 1948, s. 96–99.
- Kaufmann Jr, Edgar, *What is Modern Design?*, New York 1950.
- Kaups, Matti, se Jordan, Terry G.
- Keally, Francis, "My Impressions of the Stockholm Exhibition", *The American Architect Magazine*, vol. 132, december 1930, s. 34–43.
- Keegan, Peter O., "Out of the frying pan into the store: IKEA rolls Swedish for hungry shoppers", *Nation's Restaurant News*, årg 25, nr 2, 25 mars 1991, s. 36.
- Kelley, Mike, "Myth Science", *Öyvind Fahlström. Die Installationen/The Installations*, Köln 1995, s. 19, [www.fahlstrom.com/texts\\_mike.asp?id=7&subid=10](http://www.fahlstrom.com/texts_mike.asp?id=7&subid=10), tillgänglig den 27 november 2006.
- Kenin, Richard, "Introduction", *A Facsimile of Frank Leslie's Historical Register of the Centennial Exposition 1876*, New York 1974.
- "Kennedy's tragedy 'The Winterfeast'", *New York Times*, 20 december 2007.
- Kerekes, Edit Lundman och Tonvall, Linda, *Two countries, one image – A case study of Volvo Cars in Sweden and in Hungary*, D-uppsats vid Luleå Tekniska universitet, 2002, s. 36, [epubl.luth.se/1404-5508/2002/031/index.html](http://epubl.luth.se/1404-5508/2002/031/index.html), tillgänglig 20 maj 2007.
- Key, Ellen, *Skönhet för alla*, Stockholm 1899.
- K. H., "Welcome to Scandinavia", *New Art Examiner*, vol. 25, nr 10, juli/augusti 1998, s. 25.
- Kiino, Ron, "Road Test 2005 Saab 9-2X Aero. Sushi rolled in a Swedish pancake", *Car and Driver*, vol. 50, nr 1, juli 2004, s. 88.
- Kirn, Mary Em, se: *Härute – Out Here...*
- Kjaer, Iver, *Runes and Immigrants in America: The Kensington Stone, The World's Columbian Exposition in Chicago and Nordic Identity*, The Nordic Roundtable Papers, 17 juli 1994, Center for Nordic Studies University of Minnesota.
- "Klart till Chicago för Sverige?", *Nya Dagligt Allehanda*, 31 januari 1933.
- Klinkowström, Axel Leonhard, *Baron Klinckowström's Amerika 1818–1820*, (översatt och redigerad av Franklin D. Scott), Evanston, Illinois, 1952.
- Klinkowström, Axel Leonhard, *Bref om de Förenta Staterna författade under en resa till Amerika, åren 1818, 1819, 1820*, Stockholm 1824.
- "Knocks Inspired Director of 'He Who Gets Slapped'", *New York Times*, 7 december 1924.
- Knower, Ramona C. och Franklin H., *Erickson Freehand Glass 1943–1961*, The Metropolitan Museum of Art, New York 1971.
- Kobbe, Gustav, "Art News of the Week", *New York Herald*, 9 december 1912.
- Kodres, Krista, Lindpere, Piret och Näripea, Eva (red.), *The Problem of Classical Ideal in the Art and Architecture of the Countries around the Baltic Sea*, Tallin 2003.
- Koehler, Robert, "Ambitious 'Shipping' lacks wind in its sail", *Variety*, vol. 385, nr 6, 24 december 2001; s. 20, 26.
- Konsten och fäderneslandet. Om svensk-amerikansk konst*, Stockholm [Riksställningar] 1996.

- Konody, P. G., "London finds Swedish sculpture fresh in ideas", *New York Times*, 20 mars 1927.
- Kontova, Helena, se: Politi, Giancarlo.
- Korry, Edward M., "Sex Education in Sweden", *Look*, 3 september 1957, s. 34–41.
- Koskinen, Maaret, "The Typically Swedish in Ingmar Bergman", *Ingmar Bergman. An Artist's Journey on Stage, on Screen, in Print*, (red. Roger W. Oliver) New York 1995, s. 126–136.
- Kouwenhoven, John, *Made in America. The Arts in Modern Civilization*, Garden City 1962.
- Krampitz Jr., Edwin, "Volvo's US Car Assembly Plant", *Auto History On Line*, www.autohistory.org/feature\_4.html, tillgänglig 22 juni 2005.
- Kris, Ernst och Kurz, Otto, *Legend, Myth and Magic in the Image of the Artist. A Historical Experiment*, New Haven 1979 (*Die Legende vom Künstler*, 1934, översatt 1937).
- Krützen, Michaela, *The Most Beautiful Woman on the Screen*, Studien zum Theater, Film und Fernsehen, vol. 19, Frankfurt am Main 1992.
- Kungl. Maj:ts Nåd. Proposition Nr 196, *Bihang till Riksdagens protokoll 1913*.
- Kunkler, David, "Saab 9000 CD", *Car and Driver*, vol. 35, nr 12, juni 1990, s. 141–145.
- Kurz, Otto: se: Kris, Ernst.
- Kåberg, Helena, *Rationell arkitektur. Företagskontor för massproduktion och masskommunikation*, (diss.) Uppsala 2003.
- Kåberg, Helena, "Why by Swedes? Facit: Hur design och marknadsföring gjorde sitt intåg på 1950-talet", *Valör*, nr 1, 2004, s. 18–22.
- La Badie, Donald, *The Commercial Appeal*, [Memphis] 5 mars 1994.
- Lagervik, Elsa, *The people of the red barns/De röda ladornas folk*, Ockelbo 1996.
- Laidlaw, Christine Wallace, "The Metropolitan Museum of Art and Modern Design: 1917–1929", *The Journal of Decorative and Propaganda Arts*, vol. 8, våren 1988, s. 88–103.
- Laine-Sveiby, Kati, *Svenskhet som strategi*, Stockholm 1987.
- Landelius, Otto Robert, "Hasselgren, Johan Albin (Albinus)", *Svenskt konstnärslexikon. Tiotusen svenska konstnärers liv och verk*, Malmö 1957, bd 3, s. 61
- Landelius, Otto Robert, "Reuter Dahl, Henrik (Henry)", *Svenskt konstnärslexikon. Tiotusen svenska konstnärers liv och verk*, (red. Gösta Lilja och Johnny Roosvall) bd. 4, Malmö 1961, s. 472–473.
- Lasala, Loredana, "The Stockholm Exhibition 1930 in the Echo of the American Press", *International Symposium on the Architecture of Erik Gunnar Asplund*, Arkitekturmuseum Stockholm 1986, s. 57–64.
- Lasala, Loredana, "Stockholmsutställningen 1930 – historien fortsätter", *Arkitekttidningen*, augusti 1995, s. 5–7.
- Lasala, Loredana, *La Svezia e L'Esposizione di Stoccolma del 1930. Il dibattito internazionale e il contributo degli Architetti Radical*, Università degli Studi di Roma, 5 bd, 1990–91.
- Lascu, Dana-Nicoleta: se: Manrai, Lalita A.
- Laurén, Per: se: Huldt, Åke.
- Laurin, Carl G., (red.) *Scandinavian art. Illustrated. With an introduction by Christian Brinton*, Scandinavian monographs vol. 5, New-York, 1922.

- Laurvik, J[ohn] Nilsen, "Intolerance In Art", *American-Scandinavian Review*, mars 1913, s. 11–18.
- Laurvik, J[ohn] Nilsen "Notes on the Foreign Paintings", *Art & Progress*, vol. 6, april 1915, s. 353–378.
- Leach, Henry Goddard, "The Dance of Midsummer Eve in the Land o the Midnight Sun", *The North American*, 18 juni 1911.
- Leach, Henry Goddard, *My Last Seventy Years*, New York 1956.
- Leach, Henry Goddard, "Sweden – A Nation of Craftsmen", *The Craftsman*, vol. 23, 1912, nr 3, december, s. 295–305.
- Leach, Henry Goddard, se även: Lynch, Frederick.
- Lee, Linda, "Nobody Reads a Good Movie These Days", *New York Times*, 9 december 1996.
- leh, "Där svensk mat gör propaganda för svensk konst", *Sydsvenska Dagbladet*, 4 mars 1928.
- Leijonhufvud, Sigrid, *Gustaf Hesselius, en bortglömd svensk konstnär*, Stockholm 1906.
- Lengefeld, Cecilia, *Zorn. Resor, konst och kommers i Tyskland*, Stockholm 2000.
- Lennerhed, Lena. "Den svenska synden", *Tvärsnitt*, nr 4, 1991, s. 2–11.
- Leland, Charles G., *Fusang, or the Discovery of America by Chinese Buddhist Priests, in the Fifth Century*, New York 1875.
- Levin, [Kim], "Northern Visions", *Village Voice*, 28 september 1982.
- Lewis, Richard W., *Absolut Book*, Boston 1996.
- Lewis, Roger K., "House of Sweden, a Multifunctional Space With a Sense of Place", *Washington Post*, 25 november 2006.
- Lidén, Elisabeth, *Between Water and Heaven. Carl Milles Search for American Commissions*, Stockholm 1986.
- Liefeld, John P., "Experiments on Country-of-Origin Effects: Review and Meta-Analysis of Effect Size", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993, s. 137.
- Liljedahl, Elisabeth, *Stumfilmen i Sverige – kritik och debatt. Hur samtiden värderade den nya konstarten*, (diss.) Stockholms universitet, Stockholm 1975.
- Lind, Ingela, "The Origin of the Image of Scandinavia in the U.S.A.: The 1912 Exhibition of Danish, Norwegian and Swedish Art", *Scandinavian Review*, vol. 73, vintern 1985, s. 35–49.
- Lind, Ingela, "Scandinavia Today", *Konstperspektiv*, nr 1, 1983, s. 23–25.
- Lindamood, Jean, "Volvo Design", *Car and Driver*, juli 1982: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 94.
- Lindell, Jon Terrence, *Acculturation Among Swedish Immigrants in Kansas and Nebraska, 1870–1900*, (diss., dupl.) University of Nebraska 1987.
- Lindemann, William N., "A Viking Castle", *Fine Homebuilding*, nr 77, 1992, s. 90–91.
- Lindpere, Piret, se: Kodres, Krista.
- Linder, Oliver A., (A L-r), "Liljecrantz, Ottilie", *Nordisk Familjebok*, bd 16, Stockholm 1912, spalt 509.
- Linder, Oliver A., "Painters and Sculptors", *Swedes in America*, (red. Adolph B. Benson och Naboth Hedén) New Haven 1938, s. 488–505.

- Linderoth Wallace, Birgitta, och Fitzhugh William W., "Stumbles and Pitfalls in the Search For Viking America", *Vikings. The North Atlantic Saga* (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward) Washington och London 2000, s. 374–384.
- Lindeström, Per, *Per Lindeströms resa till Nya Sverige 1653–1656, skildrad av honom själv i hans handskrift "Geographia Americae eller Indiae occidentalis beskrifffningh"* (red. Nils Jacobsson) Stockholm 1923.
- Lindeström, Per, *Resa till Nya Sverige*, Stockholm 1962.
- Lindh, Björn-Eric, *Saab. Bilarna de första 40 åren*, Stockholm 1987.
- Lindh, Björn-Eric, *Volvo. Personvagnarna – från 20-tal till 90-tal*, tredje reviderade upplagan, Malmö 1988 [1984].
- Lindqvist, Märta, *Hos filmstjärnor i U.S.A.*, Stockholm 1924.
- Lindström, Per: se Lindeström, Per.
- Linn, Björn, "Svenska fordon – svensk form?", *Svensk industridesign. En 1900-tals historia*, (red. Lasse Brunnström) Stockholm 2004 [1997].
- Linneman, William R., "Immigrant Stereotypes: 1880–1900", *Studies in American Humor*, vol. 1, s. 28–39, [www.compedit.com/linneman.htm](http://www.compedit.com/linneman.htm), tillgänglig 12 mars 2005.
- Lintelman, Joy K. "Our Serving Sisters. Swedish-American Domestic Servants and Their Ethnic Community", *Social Science History*, vol. 15, nr 3, hösten 1991, s. 381–395.
- Lockridge, Kenneth A., "Overcoming Nausea: The Brothers Hesselius and the American Mystery", *Common-Place*, vol. 4, nr 2, januari 2004, [www.common-place.org](http://www.common-place.org), tillgänglig 21 maj 2007.
- Loewe, Walter, Jansson, Arne och Rosell, Carl Magnus, *De tände eld. Svensk tändsticks-industri 1836–1996*, Stockholm 1997.
- Loewenstein, Lael, "Chocolat", *Variety*, vol. 381 nr 4, 11 december 2000, s. 22, 24.
- "Look what we found in Sweden: fresh and gay design.", *House Beautiful*, vol. 115, nr 2, februari 1973, s. 82–87.
- Lossing, Benson John, *Our Country. A Household History of the United States For All Readers, From the Discovery of America to the Present Time*, New York 1894.
- Lovoll, Odd S., "Swedes, Norwegians, and the Columbian Exposition of 1893", *Swedes in America. Intercultural and interethnic perspectives on contemporary research*, (red. Ulf Beijbom) Växjö 1993.
- Lund, Ragnar, *Swedish Adult Education*, Stockholm 1939.
- Lundberg, Bengt, *Arts and Craft at the Swedish Chicago Exposition 1933*, Stockholm 1933.
- Lunde, Arne Olav, *Nordic Exposures. Scandinavian Whiteness and Ethnic Assimilation in Classical Hollywood Cinema*, (diss.) University of California, Berkeley, 2003.
- Lundestam, Barbro Schulz (red.), *E.A.T. Experiments in Art and Technology: Teknologi för livet. Om Experiments in Art and Technology*, Stockholm 2004.
- Lundquist, Gunnar, "Anna Q. Nilsson. A Swedish Beauty Who Became a Star", *Films in Review*, februari 1976, s. 85–105.
- Lunzer, Jean Hudson, "Scandinavian Influence in Home", *Seattle Post-Intelligencer*, 19 augusti 1956.
- Lutteman, Helena Dahlbäck, se Dahlbäck Lutteman, Helena.



- Lynch, Frederick, och Leach, Henry Goddard, "Report of the President, Secretary, and Executive Committee for the year 1912", *The American-Scandinavian Foundation First Annual Report 1912*, New York 1913, s. 3–5.
- Lynch, Frederick och Leach, Henry Goddard, "Report of the President, Secretary, and Executive Committee for the year 1913", *The American-Scandinavian Foundation First Annual Report 1912*, New York 1914, s. 3–6.
- Lynes, Russell, *The Tastemakers*, New York 1954.
- Lynton, Norbert, *The Story of Modern Art*, Oxford 1980.
- Lyschander, Claus Christophersen, *Lyschander's Digtning. 1, Tekst*, København 1989.
- Lövgren, Stephan, "Det räcker inte med bara cabrioletter", *Göteborgs-Posten*, 26 maj 2005.
- Maas, John, "The Centennial Success Story", *1876 A Centennial Exhibition*, (red. Robert C. Post) Washington D.C. 1976, s. 11–23.
- Mac., se: Nyblom, Erik.
- Macomber, Ben (publicerad av John J. Newbegin), *The Jewel City. Its Planning and Achievement; Its Architecture, Sculpture, Symbolism, and Music; Its Gardens, Palaces, and Exhibits*, San Francisco & Tacoma 1915. Digitalt tillgänglig på [www.books-about-california.com](http://www.books-about-california.com), tillgänglig 11 maj 2007.
- Madestrand, Bo, "Punklegend möter inredningsguru", *Dagens Nyheter*, 14 november 2006.
- Madonia, Ann C., "Early Contributions By Swedish Painters In America", *Härute – Out Here. Swedish Immigrant Artists in Midwest America. An Exhibition of Works from Augustana College and the Quad Cities Community*, (red. Mary Em Kirn och Sherry Case Maurer) Rock Island, Illinois 1984, s. 9–14.
- Magnusson, Brian B., "Classical Elements in Early Scandinavian-American Architecture. Some Initial Impressions", *The Problem of Classical Ideal in the Art and Architecture of the Countries around the Baltic Sea*, (red. Krista Kodres, Piret Lindpere och Eva Näripea) Tallin 2003, s. 222–263.
- Magnusson, Brian B., "Stump Farms and Distant Peaks: Three Swedish Immigrant Artists in the Early Pacific Northwest, Part I", *The Swedish-American Historical Quarterly*, vol. 49, nr 2, april 1998, s. 124–155.
- Magnusson, Brian B., "Stump Farms and Distant Peaks: Three Swedish Immigrant Artists in the Early Pacific Northwest, Part II", *The Swedish-American Historical Quarterly*, vol. 49, nr 4, oktober 1998, s. 261–294.
- Malcolm, Paul, "Soft Center", *LA Weekly*, 15 december 2000.
- Mancini, Joanne M., "Discovering Viking America", *Critical Inquiry*, vol. 28, sommaren 2002, s. 868–907.
- Manney, Henry N., "Road Test: 2.0 Volvo 142S", *Road & Track*, december 1968: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 58.
- Manns, Ulla, *De svenska kvinnorna vid världsutställningarna i Philadelphia 1876 och i Chicago 1893*, Idéhistoriska uppsatser nr 11, Stockholms universitet, avdelningen för idéhistoria 1986.
- Manrai, Lalita A., Lascu, Dana-Nicoleta, och Manrai, Ajay K., "Interactive effects of country of origin and product category on product evaluations", *International Business Review*, vol. 7, 1998, s. 591–615.

- Mark, Claude, *World Artists 1950–80*, New York 1984.
- Markelius, Sven, "Sverige bygger i New York, den svenska paviljongen på World's Fair." *Byggmästaren*, nr 33, 1939, s. 404–412.
- Marker, Frederick och Lise-Lone, *The Scandinavian Theatre. A Short History*, Toronto 1975.
- "Marketing Art", *The American-Scandinavian Review*, vol. 4, maj-juni 1916, s. 178–179.
- Markham, Doris, "An Idyll Or A Tragedy – Which?", *Motion Picture*, vol. 32, nr 5, december 1926, s. 23 samt 99–100.
- Marks, Monatgue, "My Note Book", *The Art Amateur*, vol. 29 (1893) nr 1, s. 2–3.
- Marter, Joan, "Sculpture and painting", *Design in America. The Cranbrook Vision 1925–1950*, The Detroit Institute of Arts and The Metropolitan Museum of Art, 1983, s. 237–264, 326–329.
- Marquis, Alice Goldfarb, *Alfred H. Barr Jr, Missionary for the Modern*, Chicago och New York 1989.
- Marx, Karl och Engels, Friedrich, *Manifesto of the Communist Party*, 1847, [www.hartford-hwp.com/archives/26/176.html](http://www.hartford-hwp.com/archives/26/176.html), tillgänglig 14 februari 2007.
- The Masterpieces of the Centennial International Exhibition*, (red. Earl Shinn och Walter Smith) vol. 2, Philadelphia 1876.
- Mats B., se: Rindeskär, Mats B.
- Maurer, Sherry Case, se: *Härute – Out Here...*
- McBride, Henry, "Swedish Decorative Arts Display at the Metropolitan Museum Proves Decided Success", *New York Sun*, 22 januari 1927.
- McCabe, James D., *The Illustrated History of the Centennial Exhibition, Held in Commemoration of American Independence*, Philadelphia 1876.
- McCandless, S[tanley] R[ussell], "City Hall, Stockholm, Sweden", *Architecture*, vol. 49, nr 2, februari 1924, s. 49–50.
- McCarthy, Todd, "Roberts, Quaid 'talk about' cheatin' hearts", *Variety*, vol. 359, nr 13, 31 juli 1995, s. 35, 38.
- McCarten, John, "From Here, There, and Everywhere", *The New Yorker*, 11 januari 1958, vol. 33, nr 47, s. 102–103.
- McCarthy, Mary, *Gruppen*, Stockholm 1964.
- McCue, George, *Sculpture City: St. Louis*, New York 1988.
- McFadden, David Revere, "Scandinavian Modern: A Century in Profile", *Scandinavian Modern Design 1880–1980* (red. David Revere McFadden) New York 1982, s. 11–23.
- McNaughton, Douglas, "A World in Transtion. Early Cartography of the North Atlantic", *Vikings. The North Atlantic Saga*, (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward) Washington och London 2000, s. 257–267.
- Means, Philip Ainsworth, *Newport Tower*, New York 1942.
- Mechlin, Leila, "Sweden Exhibits Historic Art Here", *The Sunday Star*, 8 maj 1938.
- Meikle, Jeffrey L., *Twentieth Century Limited. Industrial Design in America 1925–1939*, Philadelphia 1979.
- Meilich, Ofer se: Brodowsky, Glen H.
- Meinander, Carl Fredrik, "Vikingahjälmen i saga och sanning", *Bland böcker och människor. Bok- och personhistoriska studier till Wilhelm Odelberg den 1 juli 1983*, Uddevalla 1983.

- Merrit, Robert, "Corcoran focuses on Scandinavian art", *Richmond Times-Dispatch*, 26 september 1982.
- The Metropolitan Museum of Art, *Exhibition of Swedish Contemporary Decorative Arts*, New York 1927.
- "Metropolitan Museum To Show Swedish Art For The Home", *New York Sun*, 9 augusti 1926.
- "Metropolitan visar svenskt konsthandtverk", *Stockholms-Tidningen*, 28 februari 1928.
- Michélsen, Olof, se Bergquist, Mikael.
- Mikelberg, Felice, "IKEA: Swedish style for U.S. habitats", *HFD – The Weekly Home Furnishing Newspaper*, vol. 67, nr 52, 27 december 1993, s. 32.
- Miller, Jeffrey S., "Scenes from a Marriage of Convenience: Ingmar Bergman and His American Audience, 1955–1960", *Moderna Språk*, vol. 97, nr 2, 2003, s. 122–131.
- Miller, Randall M., se: Woll, Allen L.
- "Milles Healthy Exuberance", *Art Digest*, vol. 6, 1 maj 1932, s. 17–18.
- "Milles' Tritons a Memorial to Ericsson", *Art Digest*, vol. 5, nr 4, 15 november 1931, s. 11.
- Millet, Ralph T., "Do You Like Saab's Sonett?", *Road & Track*, oktober 1956, s. 5.
- Mitchell, Lee Clark, *Westerns. Making the Man in Fiction and Film*, Chicago 1996.
- Mitchell, W. J. T., *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, Chicago 2005.
- Mjöberg, Jöran, *Drömmen om sagatiden*, bd 1, Stockholm 1967.
- "Modern Details. The Blue Hall in the Stadshus at Stockholm", *Architectural Review*, vol. 60, november 1926, s. 204–205.
- "Modern Furniture From 8 Lands In Show at Architectural League", *New York Times*, 26 maj 1949.
- "Modern Furniture Here From Sweden", *New York Times*, 25 januari 1949.
- "Modern svensk hemslojd till Newyork" *Stockholms-Tidningen*, 20 juli 1926.
- [Modin, Karl] Kadin, "Konsten får nya impulser från Sverige", *Dagens Nyheter*, 22 augusti 1929.
- [Modin, Karl] Kadin, "Konstindustrin lockar alltmer amerikanerna", *Dagens Nyheter*, 6 november 1928.
- [Modin, Karl] Kadin, "Svensk dam lär U.S.A. Textilkonst", *Dagens Nyheter*, 23 augusti 1929.
- Monroe, Harriet, "Masterpieces of Etching From Rembrandt to Zorn", *Chicago Tribune*, 21 maj 1911.
- Moon, B. J. och Jain, S. C., "Consumer processing of foreign advertisements: roles of country-of-origin -perceptions, consumer ethnocentrism, and country attitude", *International Business Review*, vol. 11, 2002, s. 117–138.
- Moonan, Wendy, "Offering Beauty to the People", *New York Times*, 29 mars 2002.
- Morello, Gabriele, "International Product Competitiveness; and the 'Made in' Concept", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993, s. 285–310.
- Morris, Edwin Bateman, "What Buildings Give You a Thrill?", *AIA Journal*, vol. 10, nr 6, december 1948, s. 272–277.

- Morrison, Hugh, *Early American Architecture. From the First Colonial Settlements To the National Period*, New York 1952.
- Mumford, Lewis, "Skyline", *The New Yorker*, 11 oktober 1947.
- Mumford, Lewis, "The Skyline In Flushing. West Is East", *The New Yorker*, 17 juni 1939, s. 38–46.
- The Museum of Modern Art Annual Report, 1978–1979*, New York 1979.
- "Många städer i U.S.A. tävla om vår konstindustriutställning", *Stockholms Dagblad*, 10 mars 1927,
- Mönster för konstindustri och slöjd*, vol. 3, 1876.
- Möbler. Betänkande avgivet av 1946 års möbelutredning*, SOU 1947:52, Stockholm 1947.
- Möller, Gustav, *Swedish Unemployment Policy*, Stockholm 1939.
- "Name the Man", *Photoplay*, vol. 25, nr 3, februari 1924, s. 88.
- Nanda, Anish, se: Bartlett, Christopher.
- Nannesson, Ludvig, se: Berglund, Nils.
- Naylor, Gillian, "Swedish Grace...or the Acceptable Face of Modernism", *Modernism in Design*, (red. Paul Greenhalgh), London 1990, s. 164–183.
- Neff, Natalie, "Target Practice" *AutoWeek*, årg 52, nr 30, 22 juli 2002, tillgänglig via EBSCO MegaFILE.
- "Negrer i svensk folkdräkt på gatorna i Wilmington", *Svenska Dagbladet*, 27 juni 1938.
- Neil, Dan, "Swede Style", *Star Tribune*, 11 maj 2006.
- Nelson, Jane Merriam, *Carl Milles in the United States. The Circumstances of his Immigration and Success*, (diss.) University of Minnesota, Minneapolis 1990.
- Nelson, George, *Tomorrow's House. How to Plan Your Post-war Home Now*, New York 1945.
- Nerman, Einar, "Milles trivs och skapar", *Stockholms-Tidningen Stockholms Dagblad*, söndagsbilagan, 20 mars 1941.
- Nerman, Einar, "Möte med Milles", *Utlandssvenskarnas Förening*, nr 7, 1949, s. 7–9.
- Nettelbladt, Lovisa Mathilda, *En svenska i Amerika. Erfarenhet och hugkomst ifrån sex år i de Förenta staterna*, Stockholm 1860.
- Neuhaus, Eugen, *The Art of the Exposition. Personal Impressions of the Architecture, Sculpture, Mural Decorations, Color Scheme & Other Aesthetic Aspects of the Panama-Pacific International Exposition*, San Francisco 1915.
- Neuhaus, Eugen, *The Galleries of the Exposition: A Critical Review of the Paintings, Statuary and the Graphic Arts in The Palace of Fine Arts at the Panama-Pacific International Exposition*, San Francisco 1915.
- "A New Star from the North – Greta Garbo", *Vanity Fair*, november 1925, s. 80.
- "New York Criticism", *Art Digest*, vol. 6, nr 15, 1 maj 1932, s. 17.
- "New York i beundran för D:r Goodwins kamerakonst och modeller", *Idun*, 23 april 1921, s. 404–406.
- "New York öppnar utställningen av arkitektur", *Dagens Nyheter*, 19 april 1931.
- Newmann, Judith, "Swede deal: consumers can find more than just bargains galore inside each of IKEA's bright blue warehouse stores", *Adweek*, vol. 33, nr 29 (Eastern Edition), 20 juli 1992, s. 16.
- Nichols, Mel, "Volvo 760GLE", *Car and Driver*, maj 1982: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 89.

- Nielsen, Svend Aage, "Scandinavia and the auto age", *Motor Trend*, oktober 1953, s. 34–36, 93–94.
- Nilsson, John Peter, "Changing Realities. Some Remarks on the Nordic in General and Swedish Contemporary Art in Particular", *New Art Examiner*, vol. 25, nr 10, juli/augusti 1998, s. 18–23.
- Nilsson, John Peter, "Out of the Provinces", *Art News*, vol. 89, november 1990, s. 144–145.
- Niss, Hanne, *Made in Denmark. Nationalitetens betydning i international markedsføring*, Sprog och Kulturmøde 1994:4, Aalborg 1994.
- Noble, Allen G. och Wilhelm, Hubert G. H., "The Farm Barns of the American Midwest", *Barns of the Midwest*, (red. Allen G. Noble och Hubert G. H. Wilhelm) Athens 1995.
- Nordberg, Carl-Eric, *Garbo*, Stockholm 1959.
- Nordensvan, Georg, "Anders L. Zorn", *Die Kunst-halle*, 1 juli 1897, vol. 2, nr 19, s. 289–291.
- Nordisk Familjebok*, band 15, Stockholm 1893.
- Norman, Hans, "The New Sweden Colony and the Continued Existence of Swedish and Finnish Ethnicity", *The Old Country and the New. Essays on Swedes and America*, (red. Arnold H. Barton) Carbondale, Southern Illinois University Press, 2007, s. 188–214.
- "Notes, Exhibitions at the Panama-Pacific", *The American Magazine of Art*, vol. 7, juni 1916, s. 306–307.
- "Novum Americum", "Från den nya världen", *Ny illustrerad tidskrift*, 10 juni 1876.
- Nugent, Frank S., "Four Films In Review", *New York Times*, 6 oktober 1939.
- Nugent, Frank S., "That Phenomenon Named Bergman", *New York Times*, 16 december 1945.
- [Nyblom, Erik], Mac., "Sverige i St. Louis", *Dagens Nyheter*, 29 april 1904.
- Nye, Doug, "Erik Carlsson", *Road & Track*, januari 1983: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, USA, u.å., s. 58–59.
- Nyström, Sigrid Eklund, "Funktionalismen i folkhemmet", *Svenska möbler 1890–1990*, (red. Monica Boman) Lund 1991, s. 149–222.
- Närke, Eva, se: Kodres, Krista.
- Näslund, Erik, *Carl Milles – en biografi*, Höganäs 1991.
- Näsström, Gustaf, "Chicago bjuder...", *Stockholms-Tidningen Stockholms Dagblad*, 30 maj 1933.
- [Näsström, Gustaf], G. N-m, "Ampla lovord", *Stockholms-Tidningen Stockholms Dagblad*, 9 juni 1933.
- "Objects In Everyday Use Feature 700-Item Exhibit", *Toledo Blade*, 27 mars 1955.
- Official Catalogue of the Department of Fine Arts. Panama-Pacific International Exhibition*, San Francisco 1915.
- Official Catalogue of Exhibitors. Universal Exposition St. Louis, U.S.A. 1904*, Department B, Art, St. Louis 1904.
- Official Guide Book of the Fair 1933*, Chicago 1933.
- Official Guide Book, Golden Gate International Exhibition*, revised edition, San Francisco 1939.

- Official Swedish Catalogue. Panama-Pacific International Exposition*, Stockholm 1915, s. 25–27.
- O'Hanlon, Ann, "A Sculpture Garden's Rebirth", *Washington Post*, 28 september 2000.
- Oliver, Maud I. G., "Swedish Art at the St. Louis Exposition", *The International Studio*, vol. 24 1904, s. 51–57.
- Oliver, Roger W. (red.), *Ingmar Bergman. An Artist's Journey on Stage, on Screen, in Print*, New York 1995.
- Olmsted, Charles, "Prints at the Exposition", *Art & Progress*, vol. 6, april 1915, s. 379–384.
- Olson, Alma Luise, "Functionalism in Swedish Arts and Crafts", *American Magazine of Art*, vol. 22, mars 1931, s. 197–206.
- Olson, Alma Luise, "Modern Swedish Decorative Art", *Art and Archeology*, vol. 23, januari / juni 1927, s. 79–87.
- Olson, Alma Luise, "Swedish Art Background", *New York Times*, 5 september 1937.
- Olsen, Marie, "Four famous painters of Sweden", *The Mentor*, vol. 17, april 1929, s. 39.
- Olsen, Marie, "Zorn, Master Painter and Etcher", *The Mentor*, vol. 16, maj 1928, s. 1–13.
- Olsson, Emma, se: Ahl, Zandra.
- Olsson, Jan, se: Fullerton, John.
- Olsson, Kenth, *Absolut story, från vikingar till vodka*, Kristianstad 2002.
- Odelberg, Maj, *Med portfölj och ritstift. Olof Hermelin en fornforskningens tjänare*, Stockholm 1993.
- O'Reilly, Bill, "God and the Presidential Election", *Creators Syndicate*, 18 mars 2008, 18 mars 2008, [featurepage.creators.com/opinion/bill-oreilly/god-and-the-presidential-election.html](http://featurepage.creators.com/opinion/bill-oreilly/god-and-the-presidential-election.html), tillgänglig 18 mars 2008.
- Ostergard, Derek E., "Att eröbra en marknad", *Orrefors. Ett hundra år av svensk glas-konst*, (red. Kerstin Wickman) Stockholm 1998, s. 181–185.
- Ostergard, Derek E. och Stritzler-Levine, Nina (red.), *The Brilliance of Swedish Glass, 1918–1939. An Alliance of Art and Industry*, New York 1996.
- Ostergard, Derek E., "Modern Swedish Glass in America, 1924–1939", *The Brilliance of Swedish Glass, 1918–1939. An Alliance of Art and Industry*, (red. Derek E. Ostergard och Nina Stritzler-Levine) New York 1996, s. 137–155.
- [Osterman, Inga], -rl, "Sveriges Chikago-utställning på turné i U.S.A.?", *Aftonbladet*, 2 september 1933.
- Ostini, Fritz von, "Anders Zorn", *Velhagen & Klasings Monatshefte*, 25 september 1910.
- Osvald, Hugo, se: Berglund, Nils.
- "Overseas Newsletter", *Motor Trend*, december 1951, s. 38, 54–55.
- "Owner Survey: Volvo 240 Series", *Road & Track*, juli 1977: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 15.
- "Owner Survey: Volvo 1800/122/144", *Road & Track*, mars 1969: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 61–63.
- Paavilainen, Simo, se: *Nordisk klassicism. Nordic classicism. 1910–1930*.
- "Paintings at the Palace of Fine Arts", *The World of To-day*, september 1904, s. 1139.

- Palm, Bertil, *Arkitekten Carl Westman 1866–1936*, (diss) Lunds universitet, Lund 1954.
- Palmborg, Rilla Page, *The Private Life of Greta Garbo*, New York 1931.
- Palme, Lennart, "Vikingsholm on Emerald Bay", *Architect and Engineer*, vol. 164, januari 1946, s. 22–27.
- Papadopoulos, Nicolas och Heslop, Louise (red.), *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, New York 1993.
- Papadopoulos, Nicolas, "What Product and Country Images Are and Are Not", *Product-Country Images. Impact and Role in International Marketing*, (red. Nicolas Papadopoulos och Louise Heslop) New York 1993.
- Papadopoulos, Nicolas, se även: Heslop, Louise.
- Parkes, Kineton, "Carl Milles: Sculptor-Architect", *Architectural Record*, vol. 63, nr 6, 1928, s. 563–570.
- Parsons, Peter W., "American Interest in the Architecture of Gunnar Asplund", *Lectures and Briefings from the International Symposium on the Architecture of Erik Gunnar Asplund, 14th – 17th October, 1985 in Stockholm and Gothenburg.*, Stockholm 1985, s. 125–136.
- Patterson, Francis Taylor, "The Swedish Photoplays", *The National Board of Review*, nr 1, 1922.
- Paulsson, Gregor, "The Artist and the Industrial Art", *Bulletin of the Metropolitan Museum of Art*, vol. 22, 1927, nr 2, s. 42–44.
- Paulsson, Gregor, *Swedish Contemporary Decorative Arts*, Metropolitan Museum of Art, 2 februari, 1927.
- Paulsson, Gregor, *Redogörelse för Stockholmsutställningen 1930*, (dupl.) Stockholm 1937.
- Paulsson, Gregor, *Upplevt*, Stockholm 1974.
- Paulsson, Gregor, *Vackrare vardagsvara*, Stockholm 1919.
- Paavilainen, Simo (red.), *Nordisk klassicism. Nordic classicism. 1910–1930*, Helsingfors 1982.
- Peale, Rembrandt, *The Crayon*, vol. 2, nr 14, 3 oktober 1855, s. 207.
- Pensel, Hans, *Seastrom and Stiller in Hollywood. Two Swedish Directors in Silent American Films 1923–1930*, New York 1969.
- Pepis, Betty, "Foreign Furniture Easily Assembled", *New York Times*, 18 december 1950.
- Perers, Maria, "The People's House in the World of Tomorrow. Interior Design in the Swedish Pavillion at the New York World's Fair 1939", (dupl.), Bard Graduate Center for Studies in the Decorative Arts, Design, and Culture, 1999.
- Perers, Maria, "G. A. Berg – Swedish Modernist Designer and Propagandist", (dupl.) Bard Graduate Center for Studies in the Decorative Arts, Design, and Culture, 2003.
- Pessen, Edward, *The Log Cabin Myth, the Social Backgrounds of the Presidents*, New Haven 1984.
- Petrie, Graham, *Hollywood Destinies. European Directors In America, 1922–1931*, Detroit 2002.
- Petrie, Maria, "Carl Milles", *Artwork*, 1924, vol. 6, s. 251–263.

- Pettersson [Hayden], Hans, *Gregor Paulsson och den konsthistoriska tolkningens problem*, (diss) Uppsala universitet, Uppsala 1997.
- Pevsner, Nicolaus, *An Outline of European Architecture*, 7:e uppl., London 1974.
- Phillips, Henry Albert, "Sweden as a Rooseveltian Model", *Literary Digest*, vol. 118, 15 september 1934, s. 15–28.
- Phillips, John, "Saab 900SE", *Car and Driver*, vol. 39, nr 5, november 1993, s. 77–82.
- Phillips, Margey, "Contemporary Design from Scandinavia", *Seattle Times*, 2 september 1956.
- "Pictures Plays and People, *New York Times*, 16 juli 1922.
- Piland, Sherry och Uguccioni, Ellen J., *Fountains of Kansas City A History and Love Affair*, Kansas City 1985.
- Piña, Leslie, "The Other Fifties Glass", (Ruth Hemminger, Ed Goshe och Leslie Piña), *Tiffin Modern. Mid-Century Art Glass*, Atglen 1997.
- Piña, Leslie, se även: Hemminger, Ruth.
- "Plan för Sverige i Chicago 1933 klar nästa månad", *Stockholms Dagblad*, 27 februari 1931.
- "Plats i solen vikt för oss Chicago 1933", *Stockholms-Tidningen*, 23 februari 1931.
- Politi, Giancarlo och Kontova, Helena, "Top 100 Artists", *Flash Art International*, vol. 39, nr 250, oktober 2006, s. 68–69.
- Porphyrios, Demetri, "Scandinavian Doricism. Danish and Swedish Architecture: 1905–1930", *Architectural Design*, nr 5/6, vol. 51, 1982, s. 22–35.
- "Power 100", *ArtReview*, 16 oktober 2006.
- Preston, Stuart, "Sculptor in Stone and Water", *New York Times Magazine*, 19 juni 1955, s. 21.
- Priddy, Jane, "Vikingsborg, The House with the Grass Roof", *House Beautiful*, vol. 65, maj 1929, s. 615–617, 660.
- "Project Saab 92", *Saab-Scania Information*, nr 1, april 1982:1, s. 8–9.
- Puolos, Arthur J., *American Design Ethic. A History of Industrial Design*, Cambridge Massachusetts. 1983.
- Rafn, Carl Christian, *Americas Opdagelse i det tiende Aarhundrede, efter de nordiske Oldskrifter*, Köpenhamn 1841.
- Rafn, Carl Christian, *Antiquitates Americana sive Scriptores rerum Ante-Columbinarum in America. Samling af de i Nordens Oldskrifter indeholdte Efterretninger om de gamle Nordboers Opdagelsesreiser til America fra det 10 det 14 Aarhundrede*, Edidit Societas Regia Antiquariorum Septentrionalium, Köpenhamn 1837.
- Rampell, Linda, *Designatlas. En resa genom designteori 1845–2002*, Stockholm 2003.
- Rampell, Linda, *En kritisk undersökning av det modernistiska projektet för design i Sverige*, (diss., dupl.), Lunds universitet 2002.
- Raskin, Richard, "European versus American Storytelling: The Case of The Third Man", *P.O.V.*, nr 12, december 2001, imv.au.dk/publikationer/pov, tillgänglig 28 oktober 2006.
- Raynal, Wes, "With Its Two New R Cars. Volvo Hopes to Wash Away Some of Its Conservative Image", *AutoWeek*, årg 53, nr 2, 13 januari 2003, s. 18–19.
- R.C., "Scandinavian Art", *New York Tribune*, 10 december 1912.



- Read, Helen Appleton, "The work of Carl Milles", *Vogue*, 8 januari 1930.
- Read, Herbert, *Art and Industry*, New York 1935.
- Redmond, Jeffrey R., *Viking Hoaxes in North America*, New York 1979.
- Redogörelser för verdensutställningen i Filadelfia 1876 afgivna till Kongl svenska utställningskommittén, Stockholm 1877.
- Remlov, Arne (red.), *Design in Scandinavia, An Exhibition of Objects for the Home*, Oslo 1954.
- Reports from the Swedish Ladies' Committee*, Stockholm 1893.
- Representative works of contemporary Swedish artists*. Exhibited under the auspices of The Boston Art Club, The Art Institute of Chicago, The Pennsylvania Academy of the Fine Arts, The Cincinnati Museum Association, The St. Louis School and Museum of Fine Arts, The Pratt Institute of Brooklyn, 1895.
- Reuter Dahl, Henry "Art Out of the Heart of a Race. Scandinavian Art And Its National Significance", *The Craftsman*, vol. 23, nr 3, december 1912, s. 282–294.
- Richards, James M., *An Introduction to Modern Architecture*, London 1940.
- Richards, James M., "The New Empiricism. Sweden's Latest Style", *Architectural Record*, nr 101, juni 1947, s. 199–204.
- Richardson, Diana Edkins (red.), *Vanity Fair, Photographs of an age 1914–1936*, New York 1982.
- Richardson, E. P., "Gustav Hesselius", *Art Quarterly*, vol. 12, sommaren 1949, s. 220–226.
- Richardson, E. P., "Peter Martensson Lindström., Swedish Artist-Explorer, and the Delaware Indians", *American Art Journal*, vol. 12, nr 1, vintern 1980, s. 60–63.
- Riley, Terence, *The International Style. Exhibition 15 and the Museum of Modern Art*, The Museum of Modern Art, New York, 1992.
- Rindeskär, Mats B., "Konsten hos en sovande skönhet", Achille Bonito Oliva, *The International Trans-Avantgarde*, Milano 1982, s. 250–257.
- rl, se: Osterman, Inga.
- Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch [u.å.].
- Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach [u.å.].
- Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach [u.å.].
- "Road Research report: Volvo P1800", *Car and Driver*, September 1961: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 22.
- "Road Test: Saab Special", *Car and Driver*, mars 1956, s. 62–64, 86.
- "Road Test: Saab 99", *Car and Driver*, juli 1969, s. 60–63.
- "Road Test: Saab 99", *Car and Driver*, april 1970, s. 66–68, 90.
- "Road Test... Sweden's Hot Volvo", *Motor Life*, oktober 1956: *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 23.
- "Road Test Update: Volvo 760GLE v6", *Road & Track*, September 1983: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 43.
- "Road Test: Volvo 4-Speed Volvo", *Road & Track*, oktober 1958: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 10.
- "Road Test: Volvo 122-s", *Car and Driver*, mars 1965: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 31.
- "Road Test: Volvo 122-s", *Motor Trend*, oktober 1961: *Volvo 120 Amazon. Ultimate Port-*

- folio*, Cobham u.å., s. 54–55.
- "Road Test: Volvo 122-S", *Road & Track*, september 1959: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 11.
- "Road Test: Volvo 122-S", *Road & Track*, juni 1961: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 24.
- "Road Test: Volvo 122S", *Car and Driver*, april 1962: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 25.
- "Road Test: Volvo 144S", *Car and Driver*, april 1967: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 40.
- "Road Test: Volvo 144S", *Road & Track*, april 1967: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 52.
- "Road Test: Volvo 164", *Car and Driver*, juli 1969: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 45.
- "Road Test: Volvo 164", *Road & Track*, maj 1969: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 64.
- "Road Test: Volvo 740 Turbo Wagon", *Road & Track*, juni 1985: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 62.
- "Road Test: Volvo 760GLE", *Road & Track*, mars 1982: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 40.
- "Road Test: Volvo 1800E", *Car and Driver*, maj 1970: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 48.
- "Road Test: Volvo 1800E", *Road & Track*, februari 1970: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 52.
- "Road Test: Volvo 1800ES", *Road & Track*, april 1967: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 81.
- "Road Test: Volvo 1800S", *Car and Driver*, juni 1966: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 37.
- "Road Test: Volvo P-1800", *Road & Track*, juni 1960, *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 15.
- "Road Test: Volvo P-1800S", *Road & Track*, oktober 1965: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 48.
- "Road Test: Volvo PV444", *Road & Track*, april 1957: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 5.
- Robach, Cilla, "Design for Modern People", *Utopia and Reality. Modernity in Sweden 1900–1960*, (red. Cecilia Widenheim och Eva Rudberg) Stockholm och New York 2002.
- Roberts, Dick, "Scandinavians just like plain yanks. Take it from exhibit at museum", *Toledo Times*, 31 mars 1955.
- Robertson, Nan, "Swedish Clothes Drip Dry With Tvatta, Torka, Ta Pa", *New York Times*, 13 november 1967.
- Roca, Carrie, "Saab Finds Different A Road. The SUV Bandwagon Marches On", *AutoWeek*, årg 55, nr 27, 11 juli 2005, tillgänglig via EBSCO MegaFILE.
- Roche, Mary, "New ideas and inventions", *New York Times*, 16 februari 1947.
- Roche, Mary, "Sweden Sends Us Furniture Groups", *New York Times*, 10 maj 1949.
- Rockwell, Helen, "A Man There Was – Good Dramatic Feature", *Exhibitor's Trade Re-*

- view, 6 mars 1920.
- Rodhe, Gilbert, "Amerikanska röster om Svenska Paviljongen", *Form*, vol. 35, nr 6, 1939, s. 134–135.
- Rogers, Meyric R., *Carl Milles. An Interpretation of His Work*, New Haven 1940.
- "The Room of Your Future", *House & Garden*, maj 1944, s. 40.
- Rooney, David, *Variety*, vol. 376, nr 4, 13 september 1999, s. 48, 50.
- Roose, Barbara, "Talking About Art", *Vogue*, oktober 1982.
- Roose, Barbara, "Talking About Art", *Vogue*, oktober 1982.
- Rosahn, Beatrice G., "Home furnishings offer wide choice", *New York Times*, 8 januari 1938.
- Rosenberg, Tiina, "Queera Greta", *gotal*, nr 28/29, 1999, [www.ootal.com/arkiv](http://www.ootal.com/arkiv), tillgänglig 20 augusti 2006.
- Rosenblum, Robert, *Modern Painting and the Northern Romantic Tradition. Friedrich to Rothko*, London 1975.
- Rossholm [Lagerlöf], Margareta, *Sagan i nordisk sekelskifteskonst. En motivhistorisk och ideologisk undersökning*, (diss.) Stockholm 1974.
- Rosten, Leo C., "A 'Middletown' Study of Hollywood", *The Public Opinion Quarterly*, vol. 3, nr 2, april 1939, s. 314–320.
- Rouland, Steven och Rouland, Toger W., *Heywood-Wakefield. Modern Furniture*, Atglen 1995.
- Roussell, Chistine, *The Art Of Rockefeller Center*, New York 2006.
- Rowe, Colin, *As I was Saying. Recollections and Miscellaneous Essays*, (red. Alexander Caragonne) Cambridge och London 1996.
- Rudberg, Eva, *Stockholmsutställningen 1930. Modernismens genombrott i svensk arkitektur*, Stockholm 1999.
- Rudberg, Eva, se även: Widenheim, Cecilia.
- Russel, John, "Introduction", *Vanity Fair, Photographs of an age 1914–1936*, (red. Diana Edkins Richardson) New York 1982.
- Russel, John, "Scandinavian Pleasures", *New York Times*, 19 september 1982.
- Russell, John, "Show of New Sculptures by Juan Hamilton", *New York Times*, 24 april 1987, s. C 24.
- Rutt, Anna Hong, "Why Sweden Leads in Design", *American Magazine of Art*, vol. 26, nr 4, april 1933, s. 169–180.
- Rydell, Robert W., *All the World's a Fair. Visions of Empire at American International Expositions, 1876–1916*, Chicago och London, 1984.
- Rygert, Göran, *Svenska arkitekter i USA 1846–1930. Forskningsprojekt 1993–1996*, Stockholm 1996.
- Rönnow, Sixten, "Hermelin, Olof", *Svenskt Konstnärslexikon*, band III, Malmö 1957, s. 117–118.
- "Saab 90", *Fuel Saver Guide*, 1974: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 26.
- "Saab 99 & 99E", *Road & Track*, augusti 1973: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, USA, u.å., s. 19–21.
- "Saab 900 Turbo 4-Door", *Road & Track*, juni 1980: *Road & Track On Saab 1972–1992*,

- North Branch MN, u.å., s. 49.
- "Saab 900 Turbo 5-Door", *Road & Track*, april 1979: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 39.
- "Saab & Saab Turbo. Owner Survey", *Road & Track*, maj 1984: *Road & Track On Saab 1972–1992*, North Branch MN, u.å., s. 60–61.
- "Saab Sonett III", *Road and Track*, vol. 21, nr 10, juni 1970, s. 106.
- "Saab Sonett v4", *Car and Driver*, juli 1968, s. 47–50, 61.
- Sahlström, Bengt, "Jan Wilsgaard, Folk-Volvons formgivare", *Classic Cars*, nr 7, 2006, s. 26–28.
- Sahlström, Bengt, "Mot väst. Första Amazonen i USA", *Classic Cars*, nr 7, 2006, s. 18–22.
- Saimee, S., "Customer Evaluation of Products in a Global Market", *Journal of International Business Studies*, årg 25, nr 3, s. 579–605.
- Salomonsson, Eric J., Hultgren, William O., och Becker, Philip C., *The Swedes of Greater Worcester Revisited*, Worcester 2006.
- Salzer, Miriam, *Identity Across Borders, A Study in the "IKEA-World"*, (diss.) Linköping universitet, Linköping 1994.
- "A Sampler of today's furnishing with the look of Scandinavia", *House Beautiful*, januari 1968, s. 111.
- Samson, M. David, "'Unser Newyorker Mitarbeiter': Lewis Mumford, Walter Curt Behrendt, and the Modern Movement in Germany", *The Journal of the Society of Architectural Historians*, vol. 55, nr 2, juni 1996, s. 126–140.
- SAN, "Blott fyra stater ha egna paviljonger å Chicagoutställningen", *Svenska Dagbladet*, 24 april 1933.
- Sandberg, Hans, "Not-so-humble Swedes build a global superbrand", *Currents*, sommaren 2007, s. 24–28.
- Sandberg, Mark B., *Living Pictures, missing Persons. Mannequins, Museums and Modernity*, Princeton 2003.
- Sandberg, Mark B., "Tracking out 'The Bergman Film' in retrospect", *Scandinavian Studies*, vol. 69, nr 3, s. 357–375.
- Sandberg, Peter, "Oklart vilka bilar som ska tillverkas i Trollhättan", *Dagens Nyheter*, 21 maj 2005.
- Sandström, Sven (red.), *Konsten i Sverige del 2*, Stockholm 1994.
- Sandzen, Birger, "Amerikas förste konstnär", *Prärieblomman*, Rock Island Illinois 1904, s. 213–226.
- Sanford, Nellie C., "Real Artistry at Moderate Cost", *Good Furniture Magazine*, mars 1927 s. 153–156.
- Sale of Paintings, the Work of Baron O. Hermelin. Public Sale and Exhibition at the Auction Store of Thomas Birch & Son, 1110 Chestnut Street on Friday, March 16th 1877*, Philadelphia 1877.
- Saveth, Edward N., *American Historians and European Immigrants 1875–1925*, New York 1965 [1948].
- Sawmelle, Michael Samuel, "Sverige och Chicagoutställningen 1933", *Nordstjernen*, 8 oktober 1931.
- Sayre, Robert F., *Take the Next Exit. New Views of the Iowa Landscape*, Ames 2000.

- Scandinavia Today Minnesota*, Minneapolis 1982.
- Scandinavia Today. National Calendar of Events 1982/83*, American-Scandinavian Foundation, u.å., u.o. [1982, 80 sidor].
- "Scandinavia's Art Message", *Literary Digest*, vol. 45, 1912, s. 1124.
- "Scandinavian Art", *New York Post*, 13 december 1912.
- "Scandinavian Art Show Ready to Open", *New York Sun*, 8 december 1912.
- "A Scandinavian Hall of Fame", *Vanity Fair*, augusti 1920, s. 40.
- Schaffer, Barbro, "Hermelin, Olof", *Svenskt biografiskt lexikon*, cd-rom, 1998.
- Schönbäck, Hedvig, "Volvos bildesign", *Svensk Industridesign. En 1900-tals historia*, (red. Lasse Brunnström) Stockholm 2004 [1997], s. 354–373.
- Scott, Edward B., *The Saga of Lake Tahoe*, Crystal Bay, Nevada, 1957.
- Scott, Franklin D., *The United States and Scandinavia*, Cambridge 1950.
- Scott, Franklin D., *Wertmüller. Artist and Immigrant Farmer*, Chicago 1963.
- Scott, Franklin D., se även: Klinkowström, Axel Leonhard.
- Schjeldahl, Peter, "Northern Cross", *Village Voice*, 28 september 1982, s. 100.
- Schjeldahl, Peter, "Postcards from Scandinavia", *Art in America*, september 1982, s. 51–55.
- Schnell, Steven M., "The Ambiguities of Authenticity in Little Sweden, U.S.A.", *Journal of Cultural Geography*, vol. 20, nr 2, 1 mars 2003, tillgänglig via EBSCO MegaFILE.
- Schnell, Steven M., *The Making of Little Sweden, U.S.A.. Ethnicity, Tourism, and Identity in Lindsborg Kansas*, (diss., dupl.) University of Kansas 1998.
- Schonfeldt, Robert, "Marketing easier living, the commodification of Russel Wright", *Russel Wright, Creating American Lifestyle*, New York 2001, s. 138–164, 168–169.
- Schön, Anders, "Svensk-Amerikanska Konstnärer", *Ungdomsvännen*, april 1904, s. 114–122.
- Schön, Anders, "Sverige på världsutställningen i St Louis", *Prärieblomman*, vol. 5, 1904, s. 94–117.
- Sedig, Kjell, *Svenska innovationer*, Stockholm 2002.
- "Seen In the Wold of Art; Berthe Morisot Great Among French Painters", *New York Sun*, 14 maj 1911.
- "The Screen", *New York Times*, 26 april 1920.
- Seebohm, Caroline, *The Man Who Was Vogue. The Life and Times of Condé Nast*, New York 1982.
- A Selected Collection of Objects from the International Exposition of Modern Decorative & Industrial Art 1925, Organized and Exhibited by the American Association of Museums*, u.o. u.å., 44 sidor.
- Selkurt, Claire, "Scandinavian Modern Design In Postwar America", *Form Function Finland*, nr 2, 1990, s. 35–43.
- Selkurt, Claire, "Design for a Democracy – Scandinavian design in Postwar America", *Scandinavian Design Beyond The Myth. Fifty Years Of Design From The Nordic Countries*, (red. Widar Halén och Kerstin Wickman) Stockholm 2003, s. 59–65.
- Sellstedt, Lars Gustaf, *From Forecastle to Academy, Sailor and Artist*, Buffalo 1904.
- Selznick, Irene Mayer, *A Private View*, New York 1983.
- Sembach, Klaus-Jürgen, "Greta Garbo", *Greta Garbo. Portraits 1920–1951*, New York

- 1985, s. 7–14.
- Shand, P. Morton, "E. Gunnar Asplund", *Architectural Review*, vol. 89, maj 1941, s. 99–102.
- Shand, P. Morton, "Stockholm 1930", *Architectural Review*, vol. 68, nr 405, s. 53–95.
- "She Loves the Cows and Chickens", *Photoplay*, vol. 26, nr 2, juli 1924, s. 82.
- Sheedy, Jack, se: Coogan, Jim.
- Sheffield Jr, Clarence Burton, "Social Needs and Aesthetic Demands. Ellen Key, Gregor Paulsson, and Swedish Design, 1899–1939", *The Brilliance of Swedish Glass, 1918–1939. An Alliance of Art and Industry*, (red. Derek E. Ostergard och Nina Stritzler-Levine) New York 1996, s. 35–51.
- Silverman, Sharon Hernes, "New Sweden and the New World: History Lessons from the Morton Homestead", *Pennsylvania Heritage Magazine*, vol. 25, nr 1, vintern 1999, [www.phmc.state.pa.us/ppet/morton/page1.asp?secid=31](http://www.phmc.state.pa.us/ppet/morton/page1.asp?secid=31), tillgänglig 4 mars 2007.
- Simanaitis, Dennis, "Volvo 760GLE", *Road & Track*, juli 1982: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 34.
- Simanaitis, Dennis, "Volvo 850 GLT", *Road & Track*, oktober 1982: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 82.
- "Six Car Comparison Test", *Car and Driver*, januari 1973, s. 30–37, 118–121.
- Six, Dean, *Viking Glass 1944–1970*, Atglen, 2003.
- Skawonius, Sven Erik, se: Hald, Arthur.
- Skjerven, Astrid, "Great Expectations – The Foundation of a Design Concept", *Scandinavian Design Beyond The Myth. Fifty Years Of Design From The Nordic Countries*, (red. Widar Halén och Kerstin Wickman) Stockholm 2003, s. 27–31.
- "Skyline Hanging Gardens, Vision of 'Swedish Rodin'", *New York Evening Post*, 30 september 1929.
- Sköld, Björn-Åke, "Sixten Sason", *Svensk Industridesign. En 1900-tals historia*, (red. Lasse Brunnström) Stockholm 2004 [1997], s. 104–119.
- Slafsters, Edmund. *The Discovery of America by the Northmen, 985 – 1015*, Concord New Hampshire, 1891.
- Slide, Anthony, "El Brendel", *Chaplin*, vol. 36, nr 4, 1994, s. 22 [s. 20–23].
- The Social Condition of the Swedish Woman. Prepared with a design to the World's Columbian Exposition A.D. 1893*, Stockholm 1893.
- "Smiles of a Summer Night", *Time*, 27 januari 1958, vol. 71, nr 4, s. 90–91.
- Smith, Frederich James, "Photoplay's Honor Roll for 1927", *Photoplay*, vol. 33, nr 1, december 1927, s. 35.
- Smith, George Everard Kidder, "An American Looks At Sweden", *Architectural Review*, vol. 94, september 1943, s. 87–88.
- Smith, George Everard Kidder och Goodwin, Philip L., *Brazil Builds*, New York 1943.
- Smith, George Everard Kidder, *Italy Builds*, New York 1955.
- Smith, George Everard Kidder, *Sourcebook of American Architecture, 500 Notable Buildings*, New York 1996.
- Smith, George Everard Kidder, *Sweden Builds*, New York, första upplagan 1950, andra upplagan 1957.
- Smith, George Everard Kidder, *Switzerland Builds*, Stockholm 1950.

- Smith, Helen Henry, *Vikingsholm, Tahoe's Hidden Castle*, Mount View Californien, 1973.
- Smith, Roberta, "Oyvind Fahlstrom", *New York Times* 5 november 1993, s. C 31.
- Smithsonian year 2000. Annual Report*, Washington 2001.
- "Smorgasbord Will Revolve In Sweden's Fair Pavilion", *New York World-Telegram*, 11 februari 1939.
- Sokolsky, Georg F., "Twilight of Moral", *The Post-Standard*, 18 februari 1950.
- Soloveyitchick, George, "A Northern Utopia", *Nineteenth Century And After*, vol. 116, 1934, s. 391-402.
- Sommar, Ingrid, *Den skandinaviska stilen. Klassisk och modern design från Sverige, Finland, Danmark, Norge och Island*, Stockholm 2003.
- Sozanski, Edward J., "Northern Light' illuminates the strength of Nordic painting", *Philadelphia Inquirer*, 4 oktober 1982.
- Sparke, Penny, "'Convenience and pleasantness': Josef Frank and the Swedish Modern Movement in Design", *Josef Frank, Architect and Designer. An Alternative Vision of the Modern Home*, (red. Nina Stritzler-Levine) New York 1996, s. 118-127.
- Spencer, Jesse Ames, *History of the United States. From the Earliest Period to the Administration of James Buchanan. Illustrated With Steel Engravings, From Original Pictures by Leutze, Weir, Powell, Chappel and Other American Artists*, New York 1858.
- Spitalnick, Lou, "Nordic art's lights and shadows", *New Haven Register*, december 1982.
- Spoto, Donald, *Notorious. Boken om Ingrid Bergman*, Stockholm 1998 [New York 1997].
- Smith, Charles Sprague, "The Vinland Voyages", *Journal of the American Geographical Society of New York*, vol. 24, 1892, s. 510-535.
- S.R.B., "Carl Milles: The Exhibition at the Tate National Gallery, Millbank", *The Architectural Association Journal*, vol. 17, nr 482, 1927, s. 222.
- St. Jones, Ivan, "The Foreign Legion in Hollywood", *Photoplay*, juli 1926.
- "St. Martin in K.C.", *Time Magazine*, vol. 65, 27 juni 1955, s. 75.
- Starr, Mary Elizabeth, "More Beautiful Everyday Things in Sweden", *Journal of Home Economics*, vol. 30 (1939), mars, s. 164.
- Statistisk årsbok för Sverige*, Statistiska centralbyrån, Stockholm 1913-, vol. 20 (1930) till vol. 91 (2005).
- Stavenow, Åke, "New York World's Fair 1939", *Form*, vol. 35, nr 6, 1939, s. 124.
- Steene, Birgitta, "Besatt viking eller uppskattad konstnär: Strindberg och Ingmar Bergman i USA", *August Strindberg och hans översättare*, Kungl. Vitterhets Historie och Antikvitets Akademien, Konferenser 22, Stockholm 1995.
- Steene, Birgitta, *Ingmar Bergman. A Guide to References and Resources*, Boston 1987.
- Steene, Birgitta, *Ingmar Bergman. A Reference Guide*, Amsterdam 2005.
- Steene, Birgitta, "'Manhattan Surrounded by Ingmar Bergman': The American Reception of a Swedish Filmmaker", *Ingmar Bergman. An Artist's Journey on Stage, on Screen, in Print*, New York 1995 (red. Roger W. Oliver) s. 137-154.
- Steene, Birgitta, "The Transpositions of a Filmmaker: Ingmar Bergman at Home and Abroad", *Tijdschrift voor Skandinavistiek*, vol. 19, nr 1, 1998, s. 103-128.
- Stephens, David T., "Midwest Barn Decor", *Barns of the Midwest*, (red. Allen G. Noble

- och Hubert G. H. Wilhelm) Athens 1995, s. 237–258.
- Stevenson, Jack, "Bergman som buskis på bystan", *Chaplin*, vol. 37, nr 3, 1995, s. 18–22.
- Stokstad, Marilyn, *Art History*, New York 1995 [och senare utgåvor].
- Storey, Walter Rendell, "The Arts of Sweden Influence Our Designers", *New York Times*, 19 juni 1938.
- Storey, Walter Rendell, "Home Decoration: Colonial Furniture Leads", *New York Times*, 29 januari 1939.
- Storey, Walter Rendell, "Metals and Fabrics from Many Lands", *New York Times*, 30 november 1930.
- Storey, Walter Rendell, "New Trends in Home Decoration", *New York Times*, 28 juni 1942.
- Storey, Walter Rendell, "Swedish Peasant Art In New York Exhibition", *New York Times Magazine*, 26 september 1937.
- "Stort intresse i USA för svensk konstindustri", *Stockholms-Tidningen*, 9 november 1926.
- Strahan, Edward, *The Masterpieces of the Centennial International Exhibition*, vol. 1, Philadelphia 1876.
- Streyffert, Thorsten, *The Forest, Sweden's "Green Gold"*, Stockholm 1939.
- Stritzler-Levine, Nina, "Epilog: Bruno Mathssons möbler i USA", *Bruno Mathsson*, (red. Dag Widman) Stockholm, New York, New Haven och London 2006, s. 196–215, 221.
- Stritzler-Levine, Nina (red.), *Josef Frank, Architect and Designer. An Alternative Vision of the Modern Home*, New York 1996.
- Stritzler-Levine, Nina, se även: Ostergard, Derek E.
- Strömbom, Sixten, *Konstnärsförbundets historia, del 2, Nationalromantik och radikalism. Konstnärsförbundets historia 1891–1920*, Stockholm 1965.
- Svanberg, Fredrik, *Decolonizing the Viking Age 1*, (diss.) Lunds universitet, Stockholm 2003.
- Swanson, Mary Towley, *A Tangled Web: Swedish Immigrant Artists' Patronage Systems, 1880–1940*, opublicerad manus 2004, tillgängligt via <http://www.stthomas.edu/arhistory/facultystaff/bios/swanson.htm>, tillgänglig 12 oktober 2006.
- Swanson, Mary Towley, "Fritiof Colling: Artist for Homesick Swedes", *Minnesota History*, vol. 55, sommaren 1996.
- Swanson, Mary Towley, "Konsten och Fäderneslandet", *Konsten och Fäderneslandet. Om svensk-amerikansk konst*, Millesgården och Riksställningar 1996, s. 8–30.
- Swanson, Mary Towley, "Pictures From a New Home: Minnesota's Swedish American Artists", *Swedes In the Twin Cities. Immigrant Life And Minnesota's Urban Frontier*, (red. Philip J. Anderson och Dag Blanck) Uppsala 2001, s. 137–148.
- Sweden at the New York Fair*, (red. Naboth Hedin) u.o., opag. [1939].
- Sweden Square, New York World's Fair 1939*, u.o. [1939].
- "Sweden's Popular Saab", *Road & Track*, mars 1955, s. 38–39.
- "Sweden's Smashing Fashion", *Life*, vol. 65, nr 13, 27 september 1968, s. 88–98.
- Swedish Architectural Exhibition In Connection With the 46th Annual Exhibition of the Archi-*



- tectural League of New York. Published In Conjunction With an Exhibition in New York, April 18–25, 1931*, [Sweden-America Foundation. Svenska arkitekters riksförbund. American-Scandinavian Foundation. Architectural League of New York, New York 1931].
- "Swedish Art Exhibition", *The American-Scandinavian Review*, vol. 4. juli-augusti 1916, nr 4, s. 240.
- "Swedish Art Popular", *The American-Scandinavian Review*, vol. 4 (maj-juni 1916), nr 3, s. 160.
- Swedish Arts and Crafts. Swedish Modern – A Movement Towards Sanity In Design*, (red. Åke Stavenow, Mattis Hörlén, Åke H. Huldt, Elias Svedberg) Stockholm 1939.
- "The Swedish Building", *The Times*, 24 december 1892.
- Swedish Catalogue. World Columbian Exposition 1893. I Exhibits*, Stockholm 1893.
- Swedish Cooperative Wholesale Society's Architecture Office*, 1939.
- "The Swedish Exhibition", *Bulletin of the Metropolitan Museum of Art*, vol. 22, nr 2, 1927, s. 41–2.
- "The Swedish Exhibition", *Bulletin of the Metropolitan Museum of Art*, vol. 22, nr 3, 1927, s. 66.
- "Swedish girls are different" (fotograf: Bob Vose), *Look*, 3 september 1957, s. 43–45.
- "Swedish Inspiration", *House and Garden*, vol. 73, juni 1938, s. 60–61.
- "Swedish Modern", *House and Garden*, vol. 73, februari 1938, s. 50.
- "Swedish Modern Extends to Attire", *New York Times*, 12 september 1958.
- "Swedish Objects", *Time Magazine*, 1937, vol. 30, nr 24, 4 oktober 1937.
- "The Swedish Paintings", *The Art Amateur*, vol. 29, nr 1, juni 1893.
- "Swedish Utility Vehicle", *AutoWeek*, årg 48, nr 49, 30 november 1998, s. 24.
- "Swedish Red Cross Girl", *Life*, 25 september 1950, s. 105–108.
- "Swedish Seoul", *Car and Driver*, vol. 50, nr 11, maj 2005, s. 37.
- Swedish Textiles Today*, u.å. u.o. [ca 1956].
- Svedberg, Elias, "Amerikansk 50-talsfunktionalism", *Kontur*, nr 1, 1950, s. 17–19.
- Svedberg, Elias, "Sverige i New York. Den svenska paviljongen på World's Fair. Konstindustrin", *Byggmästaren*, nr 33, 1939, s. 413–416.
- Svedberg, Olle, "Funktionalismens bostadsprogram – en bakgrundsskiss", *Funktionalismens genombrott och kris. Svenskt bostadsbyggande 1930–80*, Arkitekturmuseet Stockholm 1980, s. 7–40.
- "Sweden to Raise Furniture Sales", *New York Times*, 5 november 1948.
- "Sweden's Ideal", *Life*, 24 oktober 1949, s. 74, 77–78.
- Svensk-Amerikanska nyhetsbyråen 1921–1931*, (br.) Stockholm 1932.
- "Svensk film i utlandet", *Filmjournalen*, nr 7, 1920, s. 231.
- "Svensk framgång i Chicago", *Dagens Nyheter*, 12 oktober 1928.
- "Svensk konstindustri inför amerikansk publik", *Svenska Dagbladet*, 4 februari 1927.
- "Svensk konstindustriutställning i New York", *Hvar 8 Dag*, 13 februari 1927.
- Svensk möbelindustri inför 1980-talet. Problem och möjligheter*, SOU 1980:6, Stockholm 1980, kapitel 2.5.
- "Svensk success i Newyork", *Stockholms-Tidningen*, 31 oktober 1926.
- "Svenska Amerika-utställningen har burit rik frukt", *Svenska Dagbladet*, 17 oktober 1927.
- "Den svenska konstindustrin på segertåg", *Social-Demokraten*, 10 mars 1927.

- "Den svenska paviljongen gör sig bra", *Svenska Dagbladet*, 30 maj 1933.
- "Svenskarnes dag vid utställningen", *Kansas City Tribunen*, 24 juni 1904.
- "Svenskt konsthantverk visas i New York", *Svenska Dagbladet*, 13 mars 1932.
- Svensson, Birgitta, *Den omplanterade svenskheten. Kulturell självhävdelse och etnisk medvetenhet i den svensk-amerikanska kalendern Prärieblomman 1900–1913*, (diss.) Göteborgs universitet, Göteborg 1994.
- Svensson, Waldemar, se: Johansson, Alf.
- Sverige i utländsk press*, Utrikesdepartementet. Pressbyrån, 1969–1988.
- Sverige i utländska medier*, Utrikesdepartementet. Pressbyrån, 1989–2002.
- Sverige bilden i utlandet. Utdrag ur Svenska Institutets klippbok 1951–57*, Svenska institutet, Stockholm 1958.
- "Sveriges deltagande i Chicagoutställningen", *Nya Dagligt Allehanda*, 27 december 1932.
- Swift, Mary, "Northern Light: Realism & Symbolism", *The Georgetowner*, 17 september 1982.
- Swärd, Lasse, "Volvo fick designpris för s80", *Svenska Dagbladet*, 11 mars 1993.
- Söderberg, Rolf, *Henry B Goodwin. Piktorialist och porträttör. Pictorialist and portraitist*, Stockholm 1987.
- Söderlund, Ernst, och Hedin, Naboth, *Outlines of Sweden*, Stockholm 1939.
- Söderström, Alfred, *Minneapolisminnen. Kulturhistorisk axplockning från kvarnstadens vid Mississippi*, Minneapolis 1899.
- Sörenson, Ulf, *Ferdinand Boberg. Arkitekten som konstnär*, Höganäs 1992.
- Tan, Justin: se: Brodowsky, Glen H.
- Taraba, Anne, *Den gåtfulla Garbo*, Stockholm 1990.
- Taylor, Doroty L., "Carl Milles at Cranbrook", *The Will to Succeed. Stories of Swedish Pioneers*, Stockholm and New York 1948.
- Taylor, Francis Henry, "Aganippe: The Fountain of the Muses", *Metropolitan Museum of Art Bulletin*, vol. 14, nr 5 1956, s. 109–113.
- Taylor, John Russell, *Ingrid Bergman*, New York 1983.
- "Technical Analysis: Volvo P-1800", *Road & Track*, mars 1961: *Road & Track On Volvo 1957–1974*, Newport Beach u.å., s. 19.
- Tegnér, Esaias, *Fritiof's Saga, A Legend of the North*, London och Stockholm 1839.
- "A Test – Guide to Volvo", *Motor Lift*, november 1957: *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 42.
- "Test drive of the Saab 900s", *Road and Track*, åtg. 37, nr 12, augusti 1986, s. 73.
- Thomas, William I. och Dorothy, *The Child in America*, New York 1929.
- Thompson, Jonathan, "Volvo 780 Coupe", *Road & Track*, januari 1987: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 66.
- Thorman, Elisabeth, "Folke Bernadotte får en gobeläng av O. Elgström", *Dagens Nyheter*, 2 april 1930.
- "Three Under One Roof", *New York Times*, 22 december 1929.
- Thurin, Erik Ingvar, *The American of the Norse. An Episode in Nineteenth-Century American Literature*, Lewisburg 1999.
- Tigerschiöld, Magnus, *Swedish Steel Throughout the Centuries*, Stockholm 1939.

- Till *New York Utredningen, Rapport över undersökningar i U.S.A. och Sverige för Sveriges deltagande i the New York Worlds Fair 1939*, Institutet för marknadsundersökningar, Stockholm, 1939.
- Timberlane, Kathleen Dickinson, *A Profile Of Rural American Craftspeople In A Swedish-American Community*, (diss. dupl.) University of Michigan 1985.
- Titus, Jerry, "Road Test: Volvo 544 Sports", *Sports Car Graphic*, april 1962: *Volvo PV444 & PV544, 1945-1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 74.
- Timm, Mikael, "Gränslandets filmare. Bergman och den kulturella traditionen", *Chaplin*, juni 1988, nr 215/216, s. 90-97.
- Tolman, William H, "A Class in Geography", *The Pantucket Times*, 1 juni 1926.
- Tonvall, Linda, se: Kerekes, Edit Lundman.
- Tournikiotis, Panayotis, *The Historiography of Modern Architecture*, Cambridge Massachusetts och London 1999.
- Trachtenberg, Jeffrey A., "IKEA Furniture Chain Pleases With Its Prices, Not With Its Service", *Wall Street Journal*, 17 september 1991.
- Tracy, Eleanor Johnson, "Shopping Swedish-style comes to the U.S.", *Fortune*, vol. 113, 20 januari 1986, s. 63.
- "Trade Show Review", *Architectural Record*, maj 2007, s. 85-86.
- "Trends of Tomorrow", *House and Garden*, vol. 76, 1939, juli, [22 sidor från världsutställningen i New York].
- Tully, Jim, "Anna Q. Nilsson", *Vanity Fair*, vol. 27, nr 1, september 1926, s. 71 & 118.
- Tully, Jim, "The Greatest Director in the World", *Motion Picture Classic*, vol. 19, nr 2, april 1924.
- Tunberg, Anders, "Saabs bildesign. Cockpitkänsla och särpräglad kaross", *Svensk Industridesign. En 1900-talshistoria*, (red. Lasse Brunnström) Stockholm 2004 [1997], s. 374-403.
- Turner, Charles L., "Victor Seastrom", *Films in Review*, nr 56, maj-juni 1960.
- Tyrell, Henry, "Up and Down Picturelane", *New York World*, 16 december 1912.
- "Tysk skulptör vann tävlan om Delawaremynt", *Stockholms-Tidningen Stockholms Dagblad*, 13 februari 1937.
- T. Å., "Milles erövrar Amerika", *Svenska Journalen*, nr 30, 1938, s. 21-23, 36.
- Törnqvist, Gerhard, *An Outline of Swedish Retail Distribution*, Stockholm 1939.
- Uguccioni, Ellen J: se: Piland, Sherry.
- Unus [Heinrich], Walter, "Carl Milles", *Art in America*, vol. 14, 1926, s. 26.
- "Used Car Classic: Volvo 122-s & p 1800", *Road & Track*, februari 1977: *Road & Track On Volvo 1957-1974*, Newport Beach u.å., s. 96.
- Usselman, Henri, *Complexite et importance des contacts des peintres Nordiques avec l'impressionisme*, (diss.) Göteborgs universitet, Göteborg 1979.
- Usunier, Jean-Claude, *Marketing Across Culture*, Andra utgåvan, London m.fl. 1996.
- Utredning angående svenskt deltagande i världsutställningen i New York 1939*, Stockholm 17 januari 1938.
- "Utsigter från Filadelfia", *Ny Illustrerad Tidning*, 17 mars 1876.
- "Utställning av modern svensk konst i Chicago", *Stockholms Dagblad*, 28 juli 1929.
- Waern, Cecilia, "The Modern Group Of Scandinavian Painters", *Scribner's Magazine*,

- vol. 25, juni 1899, nr 6, s. 642–656.
- Wagner, Jeffrey D., "St. Bernard's Church garners award for its replica of Dighton Rock", *Herald News*, 3 augusti 2006.
- Waldecrantz, Rune, *Filmens historia. De första hundra åren. Från zoopraxiscope till video. Del 2: Guldålder*, Stockholm 1986.
- Valentin, Guido, "Carl Milles's Home", *The American-Scandinavian Review*, vol. 9, nr 12, december 1921, s. 815–819.
- Valentiner, Wilhelm R., "Carl Milles", *Catalogue of an Exhibition of Sculpture by Carl Milles*, The Detroit Institute of Arts, 6 oktober–15 november 1931, s. 2–6.
- Walker, Andrew J., *Critic, Curator, Collector: Christian Brinton and the Exhibition of National Modernism in America, 1910–1945*, (diss.) University of Pennsylvania, 1999.
- Walker, Sophia Antoinette, "Fine Arts. The Swedish Pictures", *New York Independent*, 11 juni 1896.
- Wallace, Birgitta Linderoth, se: Linderoth Wallace, Birgitta.
- Wallach, Amei, "'Northern Light' in Brooklyn", *Newsday*, 14 november 1982.
- Walton, Ann Thorson, *Ferdinand Boberg – Architect: The Complete Work*, Cambridge och Stockholm, 1994.
- Wangson, Otto R., se: Höjer, Axel.
- Ward, Elisabeth I., "Reflections of an Icon", *Vikings. The North Atlantic Saga*, (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward) Washington och London 2000, s. 366.
- Ward, Elisabeth I., se även: Fitzhugh, William W.
- Varndoe, Kirk, "Author's Note", *Northern Light. Realism and Symbolism in Scandinavian Painting 1880–1910*, The Brooklyn Museum, New York, 1982, s. 12.
- Varndoe, Kirk, "Christian Krohg and Edvard Munch", *Arts Magazine*, april 1979, vol. 59, nr 8 [opag. 8 sidor].
- Varndoe, Kirk, "Nationalism, Internationalism, and the Progress of Scandinavian Art", *Northern Light. Realism and Symbolism in Scandinavian Painting 1880–1910*, The Brooklyn Museum, New York, 1982, s. 13–32.
- Varndoe, Kirk, "Northern Light – historien om en utställning", *Nordiskt Ljus. Realism och symbolism i skandinaviskt måleri 1880–1910*, Göteborgs Konstmuseum, Göteborg 1983, s. 6–9.
- Varndoe, Kirk *Northern Light. Nordic Art At the Turn Of the Century*, New Haven and London 1988.
- Varndoe, Kirk, *Northern Light. Realism and Symbolism in Scandinavian Painting 1880–1910*, The Brooklyn Museum, New York, 1982.
- Varndoe, Kirk, "Scandinavian Painting: Dreams of a Summer Night", *Portfolio*, november–december 1982, s. 88–93.
- Vasari, Giorgio, *Berömda renässanskonstnärers liv*, del 1, Göteborg 1984 [1926].
- "Water & Bronze", *Time Magazine*, vol. 65, 27 juni 1955, s. 72.
- Waters, Bill, "Det svenska sekelskiftesmåleriets utbredning och mottagande i Europa och Nordamerika", *The Swedish Vision. Landscape and Figurative Painting 1885–1920*, Shepherd Gallery New York 1985, s. 28–29.
- Vaughn, Mark, "The Need for Swede", *AutoWeek*, vol. 56, nr 26, 26 juni 2006, via EBSCO

MegaFILE.

- Wawn, Andrew, *The Vikings and the Victorians. Inventing the old North in Nineteenth-Century Britain*, Cambridge 2000.
- "We give you a livable modern – and it's called 'Swedish Modern'", *The American Home*, vol. 20, oktober 1938, s. 12–13 & 74.
- "We nominate for the hall of fame", *Vanity Fair*, januari 1930, s. 58.
- Webster, Sally, se: Carr, Carolyn Kinder.
- Weigle, Edith, "February Finds Several Unusual Art Shows", *Chicago Tribune*, 26 januari 1959.
- Weimarck, Torsten, "Problematik", *Form*, nr 4, 2004, s. 53.
- Venturi, Robert, Brown, Denise Scott och Izenour, Steven, *Learning from Las Vegas. The Forgotten Symbolism of Architectural Form*, Cambridge 1972.
- Werne, Finn, *Böndernas bygge. Traditionellt byggnadsskick på landsbygden i Sverige*, Höganäs 1993.
- Werner, Jeff, "Fjärran speglingar. Moderna Museet i utländsk press", *Historieboken*, Moderna Museet 2008 [under publicering].
- Werner, Jeff, "Konsten som motkraft mot utslätning", *Göteborgs-Posten*, 24 mars 1998.
- Werner, Jeff, *Nils Nilsson*, (diss.) Göteborgs universitet, Göteborg 1997.
- Werner, Jeff, "Svansviftningens estetik: modernismen ur provinsens perspektiv", *Utopi och verklighet. Svensk modernism 1900–1960*, (red. Cecilia Widenheim och Eva Rudberg) Stockholm 2000, s. 98–107.
- Werner, Jeff, "Tristheten, tråkigheten och töntigheten – några anteckningar kring svansviftningens estetik och dess konsekvenser för grundutbildningen i konstvetenskap", *Valör*, nr 3, 2000, s. 99–106.
- Wernstedt, Melchior, "The Royal Gold Medal till Ragnar Östberg", *Byggmästaren*, vol. 5, nr 22, 1926, s. 261–262.
- Wernstedt, Melchior, "The Stockholm City Hall", *The Studio*, årg 90, oktober 1925, s. 203–209.
- Verneuil, Maurice Pillard, *Carl Milles, sculpteur suédois*, 2 bd, Paris 1929.
- Weslager, Clinton Alfred, *The Log Cabin In America. From Pioneer Days to the Present*, New Brunswick 1969.
- Weslager, Clinton Alfred, "Log Houses in Pennsylvania During the Secenteenth Century", *Pennsylvania History*, vol. 22, juli 1955, s. 256–266.
- Weslager, Clinton Alfred, "Log Structures in New Sweden During the 17th Century", *Delaware History*, vol. 5, 1952, s. 77–95.
- Weslager, Clinton Alfred, *The Swedes and Dutch at New Castle*, New York 1987.
- Westman, Erik G., "Världens största utställning blir i Chicago år 1933", *Sockholms-Tidningen*, 22 juli 1928.
- Vetrocq, Marcia E., "Souls on Ice", *Art in America*, september 1983.
- Wettergren, Erik, *The Modern Decorative Arts of Sweden*, Malmö 1926–1927.
- Wheeler, Wayne Leland, *An Analysis Of Social Change In A Swedish Immigrant Community. The Case Of Lindsborg, Kansas*, (diss., dupl.) University of Missouri 1959.
- "Who Is The Most Beautiful Star in Hollywood?", *Photoplay*, vol. 37, nr 4, mars 1930,

- s. 60 och 136.
- Wickman, Kerstin, "Akademisk skandal!", *Form*, nr 4, 2004, s. 51–53.
- Wickman, Kerstin, "Design Olympics – the Milan Triennals", *Scandinavian Design Beyond The Myth. Fifty Years Of Design From The Nordic Countries*, (red. Widar Halén och Kerstin Wickman) Stockholm 2003, 33–45.
- Wickman, Kerstin (red), *Formens rörelse. Svensk Form genom 150 år*, Stockholm 1995.
- Wickman, Kerstin (red.), *Orrefors. Ett hundra år av svensk glaskonst*, vol. 1, Stockholm 1998.
- Wickman, Kerstin, "På en smal tunga ut i havet", *Formens rörelse. Svensk Form genom 150 år*, (red. Kerstin Wickman) Stockholm 1995, s. 188–199.
- Wickman, Kerstin, se även: Halén, Widar.
- Widenheim, Cecilia och Rudberg, Eva, *Utopia and Reality. Modernity in Sweden 1900–1960*, Stockholm och New York 2002.
- Widerberg, Bo, *Visionen i svensk film*, Stockholm 1962.
- Widman, Dag, (red.), *Bruno Mathsson*, Stockholm, New York, New Haven och London 2006.
- Widman, Dag, *Konsthantverk, konstindustri, design*, (utgiven 1975) i den sammanbundna volymen *Konsten i Sverige, del 2*, (red. Sven Sandström) Stockholm 1994.
- Vieira, Mark A., *Greta Garbo. A Cinematic Legacy*, New York 2005.
- Wigh, Leif, "Henry B. Goodwin's Women", *The Frozen Image. Scandinavian Photography*, (red. Martin Friedman) Minneapolis och New York 1982, s. 98–101.
- "The Viking", *Variety*, 5 december 1928, s. 12.
- Vikings. The North Atlantic Saga* (red. William W. Fitzhugh och Elisabeth I. Ward) Washington och London 2000.
- Wilhelm, Hubert G. H., se: Noble, Allen G.
- Wilkinson, Stephan, "Saab 99EMS", *Car and Driver*, augusti 1976, s. 57–62, 79.
- "William Gehron, Architect, 71, Dies", *New York Times*, 19 november 1958.
- Williams, Kim-Eric, "Laughing with the Lenape", paper presenterat vid *Från Nyens Skans till Nya Sverige*, ett symposium om språken i 1600-talets Sverige, Uppsala universitet, Institutionen för moderna språk, 28 februari–2 mars 2007.
- Williams, Mary Wilhelmine, "The Vinland Sagas and the Historians", *The American-Scandinavian Review*, vol. 11, januari 1923, s. 42–45.
- Williams, Stephen, *Fantastic Archeology. The Wild Side Of North American Prehistory*, Philadelphia 1991.
- Wilson, David M., *Vikings and Gods in European Art*, Moesgård Museum, Højbjerg, 1997.
- Wilson, Joseph M., *The Masterpieces of the Centennial International Exhibition*, vol. 3 (History, Mechanics, Science), Philadelphia 1876.
- Wilson, Kevin A., "Still Swedish, More Modern", *AutoWeek*, vol. 47, nr 29, 21 juli 1997, tillgänglig via EBSCO MegaFILE.
- Wilson, Richard Guy, "Ragnar Östberg: Evolving Out Of Eclecticism", *AIA Journal*, vol. 71, nr 9, augusti 1982, s. 52–57.
- Windom, Paul, "A Page from a Swedish Architectural Album" and "In the Norse Manner", *The American Home*, vol. 3, januari 1930, s. 362–365.
- "Virginia Christine, TV's Mrs Olson, 76", *New York Times*, 26 juli 1996.

- Wirt, John, "Hallstrom's Grape yields a bittersweet flavor", *The Advocate*, Baton Rouge, Louisiana, 18 mars 1994.
- Wirtén, Eva Hemmungs och Wirtén, Susanna Skarrie, *Föregångarna*, Stockholm 1989.
- Wiskari, Werner, "Another Bergman Gains Renown", *New York Times*, 20 december 1959.
- "With European Art", *New York Sun*, 24 januari 1894.
- Woll, Allen L. och Miller, Randall M., *Ethnic and Racial Images in American Film and Television. Historical Essays and Bibliography*, New York 1987.
- Wollin, Nils G., *Modern Swedish Decorative Art*, Stockholm 1931.
- Volvo 120 Amazon. *Ultimate Portfolio*, Cobham u.å.
- "Volvo 544", *Road Test*, maj 1965: *Volvo PV444 & PV544, 1945–1965*, (red. R. M. Clarke) London u.å., s. 82–86.
- "Volvo 740 GLE", *Road & Track*, mars 1989: *Road & Track On Volvo 1977–1994*, Newport Beach u.å., s. 68.
- "Volvo P1800", *Car and Driver*, maj 1964: *Car and Driver. On Volvo 1955–1986*, Los Angeles 1986, s. 29.
- "Women wood carvers", *The Daily Northwestern. Oshkosh*, 27 november 1899.
- Wonders, Karen, *Habitat Dioramas. Illusions of Wilderness in Museums of Natural History*, (diss.) Uppsala universitet, Stockholm 1993.
- Vonnegut, Kurt, "Därför fick jag inte Nobelpriset", *Aftonbladet*, 10 december 2004.
- Woodyard, Chris, "Automakers Hope Love For Car Equals Love For Brand", *USA Today*, 19 juni 2006.
- Wolf, S. J., "Milles Poet in Sculpture", *New York Times Magazine*, 13 juni 1943.
- The World's Fair and Exposition Information and Reference Guide*, Philadelphia 1876, [www.earthstation9.com/index.html?1876\\_phi.htm](http://www.earthstation9.com/index.html?1876_phi.htm) den 24 augusti 2005.
- The World Turned Upside Down. Indian Voices From Early America*, (red. Colin G. Calloway) Boston 1994.
- Wormley, Edward, se: *Edward Wormley...*
- Vose; Bob, se: "Swedish girls are different".
- Wrede, Stuart, *The Architecture of Gunnar Asplund*, Cambridge 1980.
- Wrede, Stuart, se även: Futagawa, Yukio.
- "Vår arkitektur visas i Newyork", *Stockholms Dagblad*, 24 januari 1931.
- "Vår konst får en chans i Amerika", *Stockholms-Tidningen*, 28 juli 1929.
- "Vår konst skall visas i Chicago", *Dagens Nyheter*, 30 augusti 1929.
- "Vår konstslöjd bör visas för amerikanarna", *Social-Demokraten*, 31 juli 1926.
- "Vår utställning i Newyork blir ovanligt ståtlig. Dr Gregor Paulsson uttalar sig", *Svenska Dagbladet*, 18 februari 1927.
- Wängberg-Eriksson, Kristina, "Frank in Sweden and the United States 1933–1967", *Josef Frank, Architect and Designer. An Alternative Vision of the Modern Home*, New York 1996, s. 62–75.
- Wängberg-Eriksson, Kristina, "Inredningskonstnären", *Estrid Ericson. Orkidé i vinterlandet*, (red. Monica Boman) Stockholm 2000 [1998], s. 90–123.
- Wängberg-Eriksson, Kristina, *Josef Frank. Livsträd i krigens skugga*, Lund 1999.

- Wängberg-Eriksson, Kristina, *Svenskt tenn. Josef Frank och Estrid Ericson, en konst-historisk studie*, (dupl.) D-uppsats, Konstvetenskapliga institutionen, Stockholms universitet, 1985.
- Wängberg-Eriksson, Kristina, *Pepis flora. Josef Frank som mönsterkonstnär*, Lund 1998.
- Wängdahl, Lars, "En natur för män att grubbla i." *Individualitet och officialitet i Varbergs-kolonins landskapsmåleri*, (diss.) Göteborgs universitet, Göteborg 2000.
- "Värnamo marknad och bilande lappar i Chikagoparaden", *Social-Demokraten*, 31 maj 1933.
- Wästberg, Olle och Inger Claesson, *Sverige i New York*, Stockholm 2003.
- Yaprak, Attila: se: Baughn, C. Christopher.
- Yerak, Becky, "Homemakers' 130-year run almost done", *Chicago Tribune*, 30 augusti 2005.
- Young, Verner, *Cinema Borealis. Ingmar Bergman and the Swedish Ethos*, New York 1971.
- Zetterlund, Christina, "Art History, Visual Culture and Design – one Happy tradition?", (dupl.) paper presenterat på NORDIK-konferens i Bergen, 23 september 2006.
- Zetterlund, Christina, *Design i informationsåldern. Om strategisk design, historia och praktik*, (diss.) Uppsala universitet, Stockholm 2002.
- [Zetterström, G. A.], Carfax, "Nytt försök få Sverige till Chikago", *Svenska Dagbladet*, 9 december 1932.
- [Zetterström, G. A.], Carfax, "Stor besvikelse om Sverige icke deltar i Chikago", *Svenska Dagbladet*, 14 december 1932.
- Zevi, Bruno, *Erik Gunnar Asplund*, Milano 1948.
- Zorn, Anders, *Självbiografiska anteckningar. Utgivna och kommenterade av Hans Henrik Brummer*, Stockholm 1982.
- "Zorn, A Prince Of Art Is Again Our Visitor", *New York Journal*, 10 oktober 1900.
- "Zorn's Portrait of the President", *Chicago Tribune*, 7 maj 1911.
- "Zorn's Portrait of a Scandinavian Peasant", *Vanity Fair*, november 1916, s. 68.
- Åberg, Anders, *Tabu. Filmaren Vilgot Sjöman*, (diss.) Lunds universitet, Lund 2001.
- Åhlander, Lars, "Förord", *Katja of Sweden. Mode och design utan gränser – en biografi*, (red. Katja Geiger och Lars Åhlander) Stockholm 2000, s. 7–8.
- Åhman, Michael, "Volvo på världens största veteranbilsmässa", *Auto motor & sport*, [www.automotorsport.se](http://www.automotorsport.se), tillgänglig 4 mars 2005.
- Åhman, Sven, "DN-tecknerska succé i New York gör kläder med svensk allmogeton", *Dagens Nyheter*, 18 augusti 1959.
- Åkerman, Margareta Lindahl, "Ett arbetsliv", *Estrid Ericson. Orkidé i vinterlandet*, (red. Monica Boman) Stockholm 2000 [1998], s. 8 – 59.
- Öberg, Christine, "Mannen som ritade Volvo – och skapade Amazonen", *Göteborgs-Tidningen*, 29 januari 1997.
- Öfversigt af den svenska kvinnans sociala ställning. *Utgifven med anledning af verldsut-ställningen i Chicago år 1893*, Stockholm 1892.
- Östberg, Ragnar, "Contemporary Swedish Architecture", *Architectural Record*, vol. 25, nr 3, mars 1909, s. 169–173.



Östlind, Olle, *Den okände Henry B. Goodwin*, Stockholm 1997.

Östlund, Lars, "Indianmålaren från Folkärna", *Swedenborgiana*, vol. 4, nr 2, 1991, s. 13.

Överland, Orm, *Immigrant Minds, American Identities. Making the United States Home, 1870–1930*, Urbana 2000.

### Övriga tidningar och tidskrifter

Tidningar och tidskrifter som refereras i texten, men som ej finns upptagna under Tryckta källor och litteratur.

*The American Architect and Building News*, Boston.

*The American Swedish Monthly*, New York.

*Analectic Magazine*, Philadelphia.

*Arts and Decoration*, New York.

*The Baptist Union*, Chicago.

*The Criterion*, New York.

*Century*, New York.

*Confidential*, New York.

*Crockery & Glass Journal*, New York

*Evening Post*, New York.

*Folket i Bild/Kulturfront*, Stockholm.

*Frieze*, London.

*The Gift and Art Buyer*, New York.

*Harper's Bazaar*, New York.

*International Herald Tribune*, Paris.

*American Mayfair*, New York.

*Moving Picture World*, New York.

*Nordstjernen*, New York.

*SAAB Magazine*, Trollhättan.

*The Virginia Museum of Fine Arts Member's Bulletin*, Richmond.

*Volvo Extra*, Göteborg.







