

## ANMELDELSE

**KEITH M. MURPHY: Swedish Design. An Ethnography. Ithaca & London: Cornell University Press 2015. 264 sider. ISBN 978-0-8014-7966-3. Pris: 178,60 kr. (pb).**

Dansk design, finsk design, svensk design. Ingen andre steder på kloden er *design* så tæt vævet sammen med nationalstaten som i Skandinavien. Sådant en national branding peger på forbindelsen mellem æstetik og velfærdsstatsnationalisme. For hvordan bliver forestillingen om medborgerskab og *nation building* knyttet sammen med æstetiske idealer? Hvordan tager kulturel identitet i bogstavelig forstand *form*? Det er det centrale spørgsmål, antropologen Keith Murphy prøver at besvare i sin bog *Swedish Design. An Ethnography*.

Og hvorfor nu „svensk design“? Danmark har Arne Jacobsen, Poul Henningsen, Jørn Utzon – og firmaer som Bang & Olufsen. Og Finland Marimekko og Alvar Aalto, men Sverige ...? Vi lader spørgsmålet hænge i et par sekunder, men måske kan læseren ikke se de svenske skove for bare træer: Man behøver bare at tænke på Hennes & Mauritz og IKEA for at blive overbevist om, at den svenske designtradition har global gennemslagskraft. En af bogens pointer og styrker er, at den ser på design i en kontekst og som et socialt fænomen snarere end blot at fejre konkrete designikoner.

Murphy kombinerer et etnografisk nærbillede af selve designarbejdet – materialerne, de fysiske omgivelser og kommunikationen mellem designere – med et bredere perspektiv ved at se på den historiske, politiske og kulturelle sammenhæng, designarbejdet foregår i, og han forklarer dermed, hvordan design bliver til *svensk design*.

I første halvdel af det 20. århundrede erstattede en modernistisk æstetik det, som Murphy kalder en aristokratisk æstetik. Det var en æstetik, som var baseret på kostbare materialer og tidskrævende håndværksproduktion. Den modernistiske æstetik passede derimod med industrialiseringen, fordi dens former og materialer var relativt lette at masseproducere, og dette svarede igen til socialdemokratiske idealer om lighed. Der er således en historisk forbindelse mellem en socialdemokratisk ideologi og nye forestillinger om skønhed, som fra 1870'erne voksede frem og fra 1930'erne satte dagsordenen i den offentlige kulturdebat. Disse visioner udtryktes af fremtrædende kunstnere og arkitekter som Ellen Key, Carl Larsson, Gunnar og Alva Myrdal og socialdemokratiske politikere som Per Albin Hansson.

Denne sammenkædning af socialreform og modernistisk æstetik kan også spores i Danmark, hvor socialdemokratiske partier forstod sig selv som „folkepartier“. Herved adskilte de sig fra deres tyske moderparti, som fortsat var et arbejderklasseparti i mere snæver forstand. I Danmark blev „folkeoplysning“, som inkluderede bestemte forestillinger om det skønne og det gode, et korrelat til de socialreformer, der i 1930'erne indvarslede den senere velfærdsstat. Også i Danmark blev en bestemt funktionalistisk æstetik forbundet med politisk reform. Det var en funktionalisme, som var blødere i sit udtryk end den „brutale“ Bauhaus-modernisme i Tyskland.

Analyser af nationalisme har påpeget, hvordan disse ideologier oftest appellerer til folk ved at trække på slægtskabsmetaforer som „fædreland“, „moderland“ osv. Disse metaforer peger tit tilbage på et rent ophav, en idyllisk, pastoral fortid. Men den svenske nationalisme var anderledes: Den var på én gang mere inklusiv, diskret og moderne, og dens budskaber materialiserede sig i hverdagslivets ting. Det er bemærkelsesværdigt, at det er begrebet „hjem“ snarere end „familie“, der er den ideologiske grundmetafor. Reformatoren og feministen Ellen Key skrev allerede i 1880'erne betydningsfulde essays om skønhed i hjemmet, og Carl Larsson udgav i 1899 sin bog *Ett Hem* med billeder fra sit eget hjem. Fra 1930'erne og indtil 1970'erne blev ideen om *folkhemmet* takket være socialdemokratiske politikere, medier og andre meningsdannere gjort til folkeeje. Den peger væk fra *Blut-und-Boden*-retorik og biologisk slægtskab (race) som betingelse for tilhørsforhold og peger på nationalstaten som et mere åbent fællesskab. Gennem begrebet „hjem“ etableredes en kobling mellem sociale relationer og den materielle sammenhæng, de var indfældet i: stole, borde, senge ... Med ideen om *folkhemmet* blev hjemmet placeret som stedet for politisk reform, og dermed udnyttede man også de positive følelser og associationer, som folk knyttede til deres hjem. Politiske ideer, som fokuserede på omsorg, anvendelighed, fornuft, lighed og bæredygtighed, blev knyttet til et bestemt formsprog, der handlede om rette vinkler, klare overflader og lige linjer.

Murphy ser på det konkrete designarbejde som en social proces og kommer dermed væk fra forestillingen om design som produkt af et ensomt genis guddommelige inspiration. Undervejs kommer vi på værkstedsbesøg hos to unge, stockholmske designere og får indblik i, hvordan de samarbejder og udveksler ideer og inspiration. De prøver at lave „godt design“. Murphy er specielt opmærksom på det sprog, designerne bruger. Eksempelvis arbejder designerne efter en skematik defineret i modsætningen mellem vinkler/firkanter på den ene side og rundhed/bløde former på den anden. Disse begrebspår bruges, når designerne overvejer, om et konkret design skal skubbes i den ene eller den anden retning. Murphy lægger også mærke til, at designerne undgår alt for definitive og negative

adjektiver som „grimt“, når de taler om deres arbejde. De bruger i stedet adjektiver som *tråkigt* (kedeligt) eller *roligt/kul* (sjovt/cool). Designerne prøver i deres arbejde ikke bevidst at indskrive sig i en „svensk tradition“ og forholder sig ofte kritisk til selvsamme tradition. Men pointen er, at det er den tradition, de forholder sig til og er i dialog med, og at deres produkter for at blive til design skal anerkendes uden for værkstedet på museer, designudstillinger, møbelmesser og i bolighusenes udstillingslokaler.

Museer og designudstillinger er orienteret mod fortiden og fremtiden, og de tjener sammen til at opføre visse artefakter og give dem status af „kunstgenstande“ og „kulturarv“. Boligmesser og IKEA udstiller også objekter, men på et mere umiddelbart tilgængeligt niveau. Disse udstillinger er orienteret mod nutiden og repræsenterer en konkret, opnåelig fremtid for svenskerne og for den globale middelklasse, som – uden måske at vide det – bor på svensk.

*Swedish Design* er velskrevet, klart argumenteret og empirisk velunderbygget og adresserer mange relevante temaer. Ud over det regionale fokus på Skandinavien og bogens bidrag til diskussioner om nationalisme fortjener bogen først og fremmest at blive læst som et væsentligt bidrag til det voksende felt designantropologi. Det, som er forfriskende og nyt i denne sammenhæng, er det brede perspektiv. Synet på design er ikke begrænset til det, der foregår i værkstedet – design ses i sammenhæng, som et væv af aktører, praksisser, former, institutioner og ideologier.

*Jakob Krause-Jensen*

*Antropolog og lektor*

*Institut for Uddannelse og Pædagogik, Aarhus Universitet*

## REDAKTIONEN HAR MODTAGET

GULLØV, EVA, NIELSEN, GRITT B. & WINTHER, IDA WENTZEL (red.): Pædagogisk antropologi: Tilgange og begreber. København: Hans Reitzels Forlag 2017. 332 sider. ISBN 978-87-412-6323-6. Pris: 370 kr.

JÄRVINEN, MARGARETA & MIK-MEYER, NANNA (red.): Kvalitativ analyse: Syv traditioner. København: Hans Reitzels Forlag 2017. 420 sider. ISBN 978-87-412-6492-9. Pris: 450 kr.

KAMPMANN, JAN, RASMUSSEN, KIM & WARNING, HANNE (red.): Interview med børn. København: Hans Reitzels Forlag 2017. 240 sider. ISBN 978-87-4126-327-4. Pris: 325 kr.

WILLERT, HANNE: Børns liv og arbejde – i 1800-tallets landbosamfund. Frederiksberg: Frydenlund 2017. 200 sider. ISBN 978-87-7118-729-8. Pris: 299 kr.