



Design som ekonomisk drivkraft

av Mia Ulin

Allt fler företag förstår att corporate design är bra för affärerna. Men visste du att idéerna fanns redan i början på 1900-talet? Filosofie doktor Helena Kåberg har forskat kring svensk formgivning- och arkitekturs betydelse ur ett samhällsekonomiskt perspektiv, och ger nu också den internationella designvärlden möjlighet att ta del av svensk formgivningshistoria med en bok utgiven av Museum of Modern Art i New York.

Medvetenheten om den ekonomiska betydelsen av formgivning och arkitektur ökar inom näringslivet, inte bara när det gäller produktdesign utan även för välbefinnande och stolthet bland medarbetarna. Och inte minst för att uttrycka status och befästa marknadspositioner.

– Begreppet corporate design är i ropet men redan i början av förra seklet fanns dessa tankar och begrepp – både i Sverige och andra länder i Europa, menar Helena Kåberg, filosofie doktor i konstvetenskap och intendent vid Nationalmuseum.

Utmaning mellan ekonomi och konst

Den stora utmaningen, då som idag, var att finna kombinationer mellan ekonomisk vinst och samhällsnytta i ett djupare perspektiv. De som ville förändra och föra in skönheten och konsten i samhället utgick från idéer om estetik och drevs av sitt samhällsengagemang. De ville driva den sociala utvecklingen framåt och förbättra tillvaron för alla men var tvungna att uttrycka sig i ekonomiska termer för att få gehör. Det måste gå att göra vinst på idéerna.

Formgivning kulturhistorisk yttring

2003 disputerade Helena på Uppsala universitets konstvetenskapliga institution i Uppsala slott. Helenas specialitet är att kombinera konsthistoria och ekonomisk historia för att studera hur formgivning har använts i marknadsföring.

– I min forskning spelar ekonomi och samhällsperspektiv stor roll. När jag pratar om formgivning och arkitektur vill jag belysa den djuplodande process som ligger bakom den slutliga gestaltningen. Jag vill försöka förstå vilka konkreta och abstrakta faktorer

som påverkar formgivningen för att kunna förklara varför föremålen ser ut på ett visst sätt. Formgivning är mycket mer än estetisk yta.

Kan skönhet vara rationellt?

Helena studerade i sitt avhandlingsarbete kontorsbyggnader från 1950-talet med syftet att se om rationalitet kan vara något annat än det vi praktiskt kan mäta. I avhandlingen *Rationell arkitektur: Företagskontor för massproduktion och masskommunikation* ställer hon frågor om vad rationell företagsarkitektur är och vilka aspekter som gör en kontorsbyggnad konkurrenskraftig, både som funktionell arbetsplats och som reklam-symbol.

Vill arkitekturen något?

Arkitekturen vill skapa bilder av modernitet bildmässigt och reklammässigt, menar Helena.

Stora och framgångsrika företag med ambitioner uppförde gärna egna iögonfallande kontor som både var funktionellt moderna och fungerade som bilder av modernitet. Bilder av nya kontor figurerade ofta i företagets reklammaterial. Om ett Stockholmsföretag inte hade möjlighet att bygga ett eget modernt kontor gav det förmodligen status att till exempel hyra ett kontor i de nybyggda höghusen vid Hötorget.

Efter avlagd doktorsexamen åkte Helena till New York för att bland annat undersöka idéer om svensk designidentitet; hur Sverige och svenska produkter utomlands marknadsförts med hjälp av design.

Helena har undervisat i arkitektur- och designhistoria på Uppsala universitet, Konstfack och New York-institutionerna Cooper-Hewitt National Design Museum och The Bard Graduate Center for Studies in the Decorative Arts, Design and Culture.

– När jag undervisade i svensk designhistoria i USA, upplevde jag att det var svårt att hitta litteratur på engelska som verkligen gick på djupet. De texter som finns är ofta utdrag där det hänvisas till källor som innebär att man måste kunna svenska för att läsa dem. En del texter vill också gärna styra läsaren till att tycka det ena eller det andra. Då föddes en önskan att ge även

icke svenskspråkiga möjlighet att läsa texterna i sin helhet och dra egna slutsatser, inte få dem tolkade åt sig.

Tre grundläggande texter

Önskan blev verklighet. Tillsammans med Museum of Modern Art i New York samt kollegorna Lucy Creagh och Barbara Miller Lane, gav Helena Kåberg sommaren 2008 ut en bok med titeln *Modern Swedish Design: Three Founding Texts*. Boken innehåller översättningar av tre för svensk designhistoria viktiga texter; Ellen Keys *Skönhet i hemmen* (5:e upplagan, 1913), Gregor Paulssons *Vackrare vardagsvara* (1919) och funkismanifestet *acceptera* (1931). Helena och hennes två kollegor har skrivit essäer, fackgranskat översättningarna och skrivit noter.

Svensk formhistoria i internationellt sammanhang

– Att jag ville översätta texterna motiverades inte av att jag vill fortsätta bygga myter om svensk design, jag vill ge internationella läsare en chans att avgöra själva. Läser man ursprungstexterna upptäcker man till exempel att idéerna hör hemma i en internationell debatt, många av dem har paralleller i till exempel Tyskland. Så vad är egentligen svenskt? Och är det verkligen svenskhet som är det verkligt intressanta i formfrågor?

En bild av samhällsutvecklingen

Författarna till texterna, som tillhörde sin samtids absolut främsta inom arkitektur, konsthistoria, inredning och samhällsdebatt, framförde teorier och idéer om att design inte bara handlar om estetik utan också om ett samhälleligt engagemang. Det är både designhistoria och ekonomisk historia och ger en bild av det moderna samhällets utveckling.

– Min förhoppning med boken är att den ska vidga synen på svensk arkitektur och form och sätta in det som vi uppfattar som typiskt svenskt i ett internationellt sammanhang, avslutar Helena Kåberg.



Fakta

Modern Swedish Design: Three Founding Texts

Redaktörer: arkitekt Lucy Creagh, fil.dr Helena Kåberg, prof.em Barbara Miller Lane.

Publikationen har gjorts möjlig genom bidrag från The Barbro Osher Pro Suecia Foundation, Kerstin och Pontus Bonnier och The International Council of The Museum of Modern Art.

Ytterligare stöd har getts av Svenska konsulatet i New York, Estrid Ericsons Stiftelse och Konsthistoriska institutionen vid Uppsala universitet.

Utgiven av The Museum of Modern Art, New York, juli 2008.

Fakta om Helena Kåberg

Född i Västmanland

Biokemist på Uppsala Universitet 1989

Började läsa konsthistoria 1992

Disputerade 2003

Post doc i NY 2003-2004

Sedan 2006 intendent på Nationalmuseum

Var 2007 utställningskommisarie för utställningen

Förfärligt härligt om 1800-talsdesign.

Om *Skönhet i hemmen* (5:e upplagan, 1913)

Ellen Key (1849-1926) var en författare som kämpade för yttrandefrihet, fred, individens rätt och en mer positiv tro på livet och kärleken än den dömande kristna tron. Hon hade ett stort intresse för kvinnofrågor och hade idéer om att kvinnan utvecklat känslomässiga och intellektuella egenskaper som skiljer henne från mannen och kan gynna samhället, inte minst för att utveckla det i en mjukare och mer fredlig riktning. Key drev även frågan att skilsmässa i kärlekslösa äktenskap skulle bli accepterat, hon kritiserade skolan för en för auktoritär och likformig uppfostran och arbetade för en lag för att avskaffa barnarbete. I olika skrifter skrev hon om skönhet, särskilt i heminredning. Hennes filosofi var att vi människor mår bättre, blir vänligare och gladare genom att i hemmen ha ting med vackra former, funktionell enkelhet och klara, rena färger. *Skönhet i hemmen* är en av uppsatserna i *Skönhet för alla* som första gången gavs ut 1898. *Skönhet i hemmen* hade en social funktion att fylla; att skapa hem där familjen kunde känna trygghet och utvecklas.

– Skönhet är inte lyx menar Ellen Key, en vacker omgivning kan få oss att må bättre i vardagen.



Om *Vackrare vardagsvara* (1919)

Gregor Paulsson (1889–1977) var konsthistoriker, intendent vid Nationalmuseum, vd i Svenska Slöjdförbundet och professor i konsthistoria i Uppsala samt generalkommissarie för Stockholmsutställningen 1930. Gregor Paulsson anses som den svenska konstindustrins främsta teoretiker och var övertygad om konstens djupare dimension som bärare av ett känslouttryck och skulle bidra till estetisk, ekonomisk och social utveckling. Många av hans verk är skrivna ur ett socialhistoriskt perspektiv, det handlade aldrig om skönhet enbart för skönhetens skull. I skriften *Vackrare vardagsvara*, beskrev han hur konstnärer skulle ut på fabriker för att ge en konstnärlig kvalitet till de maskintillverkade vardagsvarorna. Genom detta knöts till exempel många av våra idag kända designers till glasbruken Orrefors och Kosta samt porslinsfabriken Gustavsberg och lade grunden för den svenska designens framgång både i Sverige och internationellt.

Om *acceptera* (1931)

Skriften *acceptera* är ett sammanfattande försvarsmanifest för funktionalismen, som presenterades för en bred publik i Sverige på Stockholmsutställningen 1930. Funktionalisterna ville spegla samtiden, det moderna samhällets verkliga behov, och hade ett starkt socialt engagemang. De tog avstånd från det tidigare sirliga formspråket och ansåg att historiska stilar reflekterade dåtid och förlegade samhällsförhållanden. *acceptera* är skriven av samtidens tongivande svenska arkitekter och funktionalister; Gunnar Asplund (bl.a Skogskyrkogården och Stockholms stadsbibliotek), Wolter Gahn (bl.a Kanslihuset i Stockholm), Sven Markelius (bl.a Vällingby centrum och Sverigehuset), Eskil Sundahl (bl. a chef för Kooperativa Förbundets arkitektkontor) och Uno Åhrén (bl.a chef för Svenska Riksbyggen och den som introducerade Le Corbusiers idéer i Sverige) samt konsthistorikern Gregor Paulsson (se ovan). Författarna menade att man måste rita byggnader och utforma samhällen för folket, inte för eliten, och bygga ett hälsosamt, ljus och rättvist samhälle för alla. ■