
Nationen i den globala byn

AV ULF HANNERZ & ORVAR LÖFGREN

Vill du fortsätta sova, eller får vi väcka dig? Frågan ställs till tyska tidningsläsare i en annonskampanj, där ett parodierat tyskt hemliv kontrasteras mot modern svensk vardagstillvaro. Snusbruna interiörer med överdekorerade ekmöbler, murriga tapeter och 50-talsöverkast ställs jämsides med färgfoton av ljusa, enkla interiörer i naturmaterial. Det är möbelkedjan IKEA som i Tyskland marknadsför sig som svensk modernitet.

Efter att för ungefär 40 år sedan ha startat med en ung mans försäljning av pinnstolar i en småländsk lada, förefaller det nu som om IKEA finns överallt, tillsammans med MacDonalds, Benetton och Holiday Inn; i Tyskland, i Hongkong, i Singapore. Och fortfarande är det *svenskt* i sin framtoning, inte bara p. g. a. det blågula varumärket.

Så fungerar världen i det sena 1900-talet. Globaliseringen tränger allt längre in i våra liv. Människor kan förflytta sig över långa avstånd snabbare än någonsin tidigare, antingen de är affärsmän (med bara dokumentportfölj som bagage), turister eller flyktingar som lämnar ett ödelagt hemland. Marshall McLuhans (1964) metafor "den globala byn" är kanske inte helt lyckad - den har alltför idylliska och harmoniska övertoner - men poängen är att media, elektro-

niska såväl som tryckta, har en förmåga att neutralisera avstånd. Och alla deltar vi i världssamhället som konsument, oavsett om vi bryr oss om varifrån varorna på butikshyllorna kommer. (Men vi ser att IKEA vill få kunderna att bry sig).

Humanvetenskaperna har knappast mer än börjat brottas med dessa världens komplexiteter. I social teori betonar skribenter som Immanuel Wallerstein (1991:64 ff) och Anthony Giddens (1987:34 ff) på olika sätt behovet att gå bortom den vanemässiga sammanblandningen av begreppen samhälle, stat och nation och i stället undersöka transnationella och globala strukturer (fastän de kan ha olika uppfattningar om hur det ska gå till). I kulturteori är situationen knappast bättre. Som t. ex. Richard Handler (1985:171) påpekat har det vetenskapliga tänkandet om kultur samma ursprung som den europeiska nittonhundratalsnationalismen. Således tenderar det att förutsätta, och betona nationella enheter, hellre än att problematisera och relativisera dem.

Ett forskningsprojekt

I ett samarbete mellan etnologer och socialantropologer vid Stockholms och Lunds universitet har ett projekt om nationella och transnationella processer nyligen påbörjats.

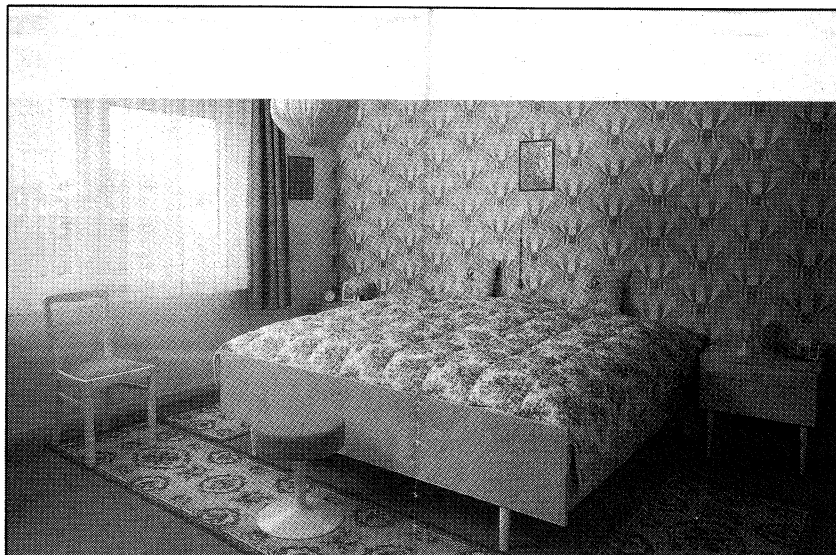
I detta hoppas vi kunna utveckla begrepp och teoretiska perspektiv för studiet av samtida kulturell organisation, liksom olika slags empiriska studier. Vi vill granska storskaliga scenarier som "global homogenisering", eller "amerikanisering", kulturella aspekter av den tilltagande integrationen i regioner som Europa eller Stilla Havet, eller mer pluralistiska uppfattningar om globalisering som t. ex. "kreolisering" (Hannerz 1987, 1991). Därmed vill vi också belysa hur det internationella nationaliseras och hur det nationella exporteras till olika kulturella och geografiska sammanhang och tidsepoker. Vi syftar också till att undersöka grupper och institutioner som arenor för kulturell mediering eller olika sorters "grindvaktande", från multinationella korporationer till au-pair-flickor och idrottsfantaster. Ett annat fält där vi hoppas kunna initiera mer forskning rör utvecklingen av transnationella och synkretistiska intellektuella och estetiska former.

Kärnan i forskargruppen utgörs av socialantropologer och etnologer. Medan etnologin växte fram ur en nationalromantisk tradition med tonvikt på allmogekultur, är socialantropologins ursprung studiet av icke-västerländska "exotiska" samhällen och kulturer. Det finns åtskilliga likheter mellan de två disciplinerna, men otvivelaktigt också en del skillnader mellan dessa vetenskapliga traditioner, så till en viss grad är forskningsprogrammet ett tvärvetenskapligt initiativ. Vi kommer också att arbeta med ett nätverk av forskare från andra närstående discipliner. Vi tvekar inte att söka inspiration från ett flertal humanvetenskaper. Den stabila förankringen i etnologi och socialantropologi är dock betydelsefull. Det kan vara nödvändigt att förflytta sig ett stycke från de bådas ursprungliga verksamhetsfält när målet är att förstå kulturella processer i global skala. Vad som går att ta fasta

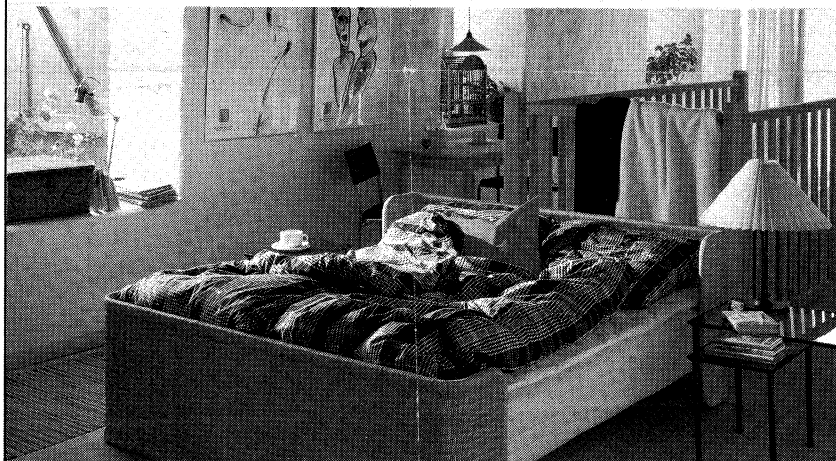
på är dock deras inriktning på vardagslivet, "vanliga" människors vanor och beteende, deras tankemönster och symboliska uttrycksformer. Denna tradition får ibland ses som en begränsning, men här finns också en styrka som ännu inte blivit helt förstådd och fullt utvecklad. Etnologers och socialantropologers arbeten brukar ofta få erkännande för sina etnografiskt detaljerade beskrivningar, för den nära insikt som kommer av den personliga kontakten med en livsform. Varken etnologerna och antropologerna själva eller närstående discipliner förefaller dock fästa någon större vikt vid de teoretiska implikationer som deras arbeten har.

Aktörer och ramverk i kulturella processer

En kritik som ofta riktas mot kulturteori inom antropologin och annorstädes är den svaga betoningen av aktörernas roll i kulturella processer (Ortner 1984:144 ff; Keesing 1986, Obeyesekere 1990:285 ff). I vårt eget arbete ser vi kultur i processuella termer, som ett pågående handlings- och meningsfält, med olika aktörer i skilda sociala ramverk (för en mer detaljerad beskrivning se Hannerz 1992). Vi konstaterar här att staten och marknaden är påtagligt inblandade i den kulturella hanteringen och att socialantropologin och etnologin har försummat att tillräckligt uppmärksamma detta. Vi är också medvetna om det uppenbara inflytande som rörelser – t. ex. miljörörelsen, kvinnorörelsen och religiösa fundamentalismer – av och till har på den samtida kulturen. Ändå hävdar vi att större delen av de kulturella processerna äger rum inom ramen för vad vi i brist på en precisare term kallar för *livsform* eller *vardagsliv*. Det är här som människor genom att helt enkelt sköta sina vardagliga sysslor och genom att observera och kom-



Wollen Sie weiterschlafen?



Oder dürfen wir Sie aufwecken?

Ein gibt Menschen, die verschlafen alles. Die kaufen sich einmal ihre Einrichtung. Und bleiben dann dabei. Freie und drei Tage.
Es gibt auch Menschen, die machen jeden Trend mit. Heute kaufen sie etwas. Schon morgen glauben sie, es sei von gestern.
Und es gibt Menschen, die gehen ihren eigenen Weg. Sie lassen sich weder von Trends verführen. Noch sind sie gleichgültig.
Für diese Menschen stellt sich die Frage: „Alt oder Neu?“ nicht. Sie kombinieren Alles und Neues.

Modernes und Altmodisches. Gestern und heute. Das geht doch nicht? Und ob das geht! Mit einem Möbeln und Accessoires ist das überhaupt kein Problem. Da können Sie nach Lust und Laune kombinieren.

Was das Spaß kostet? Keine Traumpreise. Oder kaufen Ihnen die 1237-PM für unser Bett „MBY“ auch nur eine Minute Schlaf?

Allerdings: Sie müssen schon etwas tun. Ausmessen und planen. Ihre Möbel selbst abholen. Selbst nach Hause bringen. Und sogar selbst aufbauen.

Das ist ganz schön mühsam? Nur keine Müdigkeit verschütten. Sie werden überrascht sein, was Sie alles können!



Nicht für die Gleichgültigen.

*Vill du fortsätta sova, eller får vi väcka dig?
Ur IKEA:s marknadsföring i Tyskland.*

mentera varandra håller massiva, om än ofta oavsiktliga, meningsflöden i rörelse. Och det är på detta som etnologer och antropologer för det mesta koncentrerat sin uppmärksamhet, i enheter som delkultur eller lokalsamhälle, även om de oftast inte teoretiserat kring de ifrågavarande kulturella pro-

cessernas specifika egenskaper och förändringar.

Som organiserande ramverk har stat, marknad, rörelser och livsform var för sig sina återkommande verkningar på kulturhanteringen. Tillsammans svarar de för största delen av samtida kultu-

rella processer, och genom att vidareutveckla vår förståelse av deras allmänna tendenser kan vi föra kulturanalysen vidare. Dock är dessa olika ramverk inte helt åtskilda från varandra. Det är ofta i deras sätt att snärja in sig i varandra, överta mening och symbolisk form från varandra och hantera dessa enligt nya principer, som vi kan finna många av orsakerna till kulturers fortlöpande instabilitet och förändring. Att urskilja de olika ramverkens egenskaper gör det också möjligt att se mötespunkter och korsvägar tydligare. Kanske är det genom att belysa dessa samband som vi bäst förstår behoven av att utveckla en mer explicit och systematisk förståelse av vardagslivets processer, för att kunna se hur de påverkar helheten.

Nationella kulturer i ny belysning

Ett av syftena med projektet är att förnya vår uppfattning om nationella kulturer, mot bakgrund av organisatorisk mångfald och globalt sammanhörande (jfr Foster 1991). Låt oss här använda det svenska exemplet för att illustrera ett mera generellt perspektiv på det konstanta skapandet av nationell integration och identitet. För att förstå varför nationalstaten varit en så framgångsrik maskin för politisk mobilisering och kulturell homogenisering, och kunnat överflygla andra, traditionella bindningar, måste vi granska hur den politiska statliga strukturen varit länkad till den kulturella uppfattningen av nationen. Idén om nationen legitimerar statens politiska struktur; staten tillhandahåller en institutionell ram för kulturell och social homogenisering, en effektiv infrastruktur för kulturbygget.

Den intressanta paradoxen i den moderna nationalismens framväxt från slutet av 1700-talet och framåt är att det är en internationell ideologi som importerats för

nationella ändamål. Så var det i slutet av 1700-talet när europeiska intellektuella inspirerades av amerikanska revolutionära nationella experiment, och så är det idag när nya nationella rörelser uppträder i tredje världen eller gamla projekt väcks till liv i den sönderfallande andra världen.

Ur detta perspektiv kan nationsbygget ses som en gigantisk gör-det-självyggsats. Gradvis utvecklas allt mer detaljerade idéer om hur man sätter ihop en riktig nation. Under 1800-talet skapas bestämda uppfattningar om hur ett kulturarv ska skapas, hur en nationalhymn bör ljuda och när flaggan kan hissas. Nationalgallerier grundas, nationalkaraktärer upptäcks. I detta parallella nationsbyggande lånas kulturella matriser fritt över gränserna. Nationella projekt görs transnationella, importeras och förändras till nya unika nationella produkter. I denna process omdefinieras och omarbetas ständigt det nationella, 1792 såväl som 1992 (se Löfgren 1989).

Att nationalisera det moderna

Svenskt 1900-tal är ett bra exempel på dylika kulturella anpassningsprocesser. Här, liksom i de andra nordiska länderna, nationaliserades idéer om modernitet till en lokal version av välfärdsstaten. Den socialdemokratiska rörelsen blev en mycket effektiv nationsbyggande kraft under sin nära sextioåriga regeringsperiod.

Det har ofta sagts att socialdemokratin bytte ut gamla nationella värderingar mot en internationell ideologi, men idag kan vi se hur den snarare utvecklade nya och mycket kraftfulla verktyg för homogenisering och nationalisering. Moderniteten blev ett svenskt projekt, som snarare baserades på vardagslivets omformning än på ideologisk indoktrinering eller nationalistisk retorik. I

byggandet av det nya Sverige uppstod nya bindningar av beroende och solidaritet, jämsides med en ny nationell stolthet.

Skapandet av välfärdsstaten bar idén om ett kollektivt framåtskridande – en förenad nation på väg in i framtiden. Gamla vanor och traditioner måste förkastas, gammal retorik måste utbytas i visioner om en gemensam framtid. Den gode svensken var en modern svensk som såg framåt snarare än bakåt.

Funktionalismen blev snabbt den estetiska ideologin för intellektuella. Genom modern design och modernt liv skulle människan rationellt kunna omorganisera sin vardagstillvaro. På New York-utställningen 1939 proklamerades självmedvetet denna svenska funktionalism:

”We know that good homes can only be created by healthy people in hygienic dwellings through education and knowledge, with furnishings that are in harmony with the times. We know that beauty and comfort should be for everyone ... This is, briefly, the idea of the Swedish Modern movement.”

I denna nationalisering av det moderna fokuserades starkt hemmets förbättring. En offentlig och normativ diskurs om konsten att leva rätt uppstod. Arkitekter, planerare, heminredare och hushållslärare förenades i ett korståg mot ”den onödiga fulheten”, mot dålig smak och gamla traditioner. Minsta detalj – ett köksredskap eller ett panoramafönster – kunde bli ett redskap för denna omskolning. Detta fälttåg bedrevs under 1940- och 1950-talen på många arenor och med olika medel: aftonskolor, hemutställningar, läroböcker, möbelkataloger och tidningarnas inredningstips. Skolbarn tränades att möblera dockskåp, deras fäder deltog i fotoutställningar på temat hemtrevnad och husmödrar gick på kurs för att lära sig modernt boende. Här diskuterades smak

och stil och framförallt heminredning. Modernitetens estetik kunde uttryckas i den pedagogiska uppgiften att lära sig välja den rätta av två glasskålar. I dessa normativa exempel var det sköna alltid lika med det funktionella, det enkla, det praktiska, det återhållsamma.

Fokuseringen på vardagslivets estetik länkades i hög grad till idéer om mentalitet och moral. Det fridsamma och ljusa, det sparsmakade och lågmälda, det välordnade och det praktiska hemmet skulle skapa en miljö för ljusa, öppna, harmoniska och förnuftiga sinnen.

Svensk modernitet

1930- och 40-talens reformatorer tenderade emellertid att tala för döva öron, trots att de hade tillgång till både statens och folkrörelsernas informationskanaler. Deras medelklassdiskurs om god smak och rationellt levnadssätt ignorerades till stor del i arbetarklasshemmen – den var i otakt med vardagens realiteter och hade därför små chanser att påverka de flesta svenskars livsformer.

Det var inte förrän under 1950- och 60-talen som det moderna livet på allvar började breda ut sig, och då i former som inte alltid gillades av det intellektuella avantgardet. Marknaden interagerade mer effektivt med livsformen än vad de intellektuella hade kunnat göra genom sina organisationer. Med ökad köpkraft och kortare arbetsdag erhöll arbetarklassen nya möjligheter att uppnå ett modernt liv med hjälp av det växande utbudet av varor. Vid denna tidpunkt hade den internationella stilen med stålrörmöbler och nakna väggar konfronterats med svenska traditioner och översatts till nya former som var mer acceptabla för vanliga konsumenter.

Tron på utvecklingen avspeglades i designen: vardagsliv och konsumtion skulle fyllas med fart, fläkt och livskänsla. Idéerna från 1930-talet om strömlinjeformer fick nu fast förankring i vardagslivet. Folk kunde köpa strömlinjeformade frysboxar, brödrostar, pennvässare, radioapparater. Föremålen blev med sina vindböjda hörn modernitetens ikoner; de var impregnerade med energi, som om de vore otåliga att komma iväg till Framtidslandet. Under dessa år blev vikten av att vara modern ett standardargument i marknadsföringen av allt från kastruller till askkoppar. I 1950- och 60-talens annonser var de två vanligaste adjektiven "ny" och "modern".

Det fanns en optimistisk stämning av att verkligen vara på väg någonstans. Förändringens och förnyringens vindar skulle blåsa genom hemmen, och husmodern definierades som moderniseringens spjutspets. 1960 kallade en svensk marknadstidskrift henne "Sveriges konsument nr 1" och tillade att "i jämförelse med andra europeiska husmödrar är hennes vanor otvivelaktigt mindre konservativa och hon reagerar snabbare på nya produkter och tekniker än de flesta."

Denna entusiasm inför det moderna (originalt är engelskt, här dock översatt) kan varken reduceras till hushållslärarnas övertalningsförmåga eller marknadsföringens förförelsekonster. Ett nytt område för kreativitet hade skapats i svenska livsformer, en möjlighet att utveckla nya talanger och intressen bland människor som tidigare hade saknat både tid, pengar eller energi att investera i det egna hemmets utformning. Under 1950- och 60-talen utvecklades nya former för vardagslivets estetisering. Folk var upptagna med att bygga om, förbättra och dekorera sina hem som aldrig förr. Den första generationen av gör-det-självare var född (se Löfgren 1990).

En amerikaniserad nation?

Samtidigt som majoriteten av svenskarna fick möjlighet att utveckla vad som kallades en modern levnadsstandard, började intellektuella att oroa sig över vilken sorts modernitet som importerades och konsumtionen blev ett nationellt slagfält. Man talade om hur amerikaniseringen på olika sätt hotade det svenska. Medelklassobservatörer pekade ut grupper som tonåringar, husmödrar och arbetarklassfamiljer som lättfångat byte för konsumtionsdrömmar och modeflugor som importerades tvärs över Atlanten. I denna debatt fanns en tendens att jämföra amerikanisering med konsumism: Amerika representerade inte bara effektivitetens och informalitetens Utopia, utan också Hollywoodvulgaritet och dålig smak. De heta debatterna om amerikanisering speglade denna ambivalens och medelklassens rädsla för att förlora såväl sin position som grindvaktare för det transnationella kulturflödet som rollen som självklar smakdomare. Via den nya massproducerade populärkulturen blev nu fel sorts amerikanska idéer och ideal tillgängliga för alla.

Sverige omtalades som "det mest amerikaniserade landet i världen", men i efterhand kan vi nu se hur svenskarna amerikaniserade sig själva på ett mycket svenskt sätt. De nya konsumtionsmönstren visade sig vara inte bara öppna för internationella influenser men hade också en nationaliserande effekt: folk kunde drömma om ett amerikanskt kylskåp, en prenumeration på *Det Bästa*, ett glas iskall Coca-Cola eller ett möte med bröderna Cartwright, men resultatet av sådana import blev snarare en ökad homogenisering av svenska livsstilar och svensk estetik. Ingen kunde förväxla ett svenskt vardagsrum med ett amerikanskt eller ett tyskt.

Det var alltså under 1950- och 60-talen

som många svenska vanor, rutiner och förhållningssätt skapades. Observatörer utifrån förvånade sig över de likartade sätt på vilka industriarbetare, kontorstjänstemän och akademiker prydde sina hem och organiserade familjelivet. "Swedish living" betydde inte bara en särskild förkärlek för vissa färger och material med en betoning av det praktiska, utan också en särskild uppsättning attityder gentemot familjeliv, könsroller och barnuppföstran.

Moderation och gemenskap

Ett vanligt tema som går igenom sverigebesökarens observationer under de senaste femtio åren är i vilken utsträckning en speciell form av modernitet format både offentliga institutioner och vardagslivet. Sverige är inte enbart ett ordningens och renlighetens mönsterland, det ses också som genomsyrat av en särskild nationell estetik. Denna stil materialiseras i färgerna som valts ut till såväl sjukhusens väntrum som förortsköken, den präglar såväl företagets personalmatsal som departementets sammanträdesrum. Ibland kan denna smakfulla återhållsamhet bli för mycket för besökaren, som när en tysk journalist avfärdade IKEAs livsstil med att det kändes mer som att vandra igenom en institution än ett vardagsrum: allt var så barnsäkert, greppvänligt, genomplanerat och lågmält, utan några skarpa hörn eller skrikiga färger.

Poängen är att även om svenskarna blev mer internationella fick det moderna livet samtidigt en distinkt nationell färgning, och utländska importvaror blev viktiga verktyg i detta kulturella nationsbyggande. Amerikanska talk-shows anpassades till svenska media och interaktionsmönster, och hjälpte till att skapa ett nationellt massmedialt "vi",

när landet samlades vid radion eller TV:n på lördagskvällar. Det exotiska njutningsmedlet kaffe skapade nya och karaktäristiskt svenska former av sociabilitet under tjugonde århundradet, som kunde överbrygga klass- och generationsklyftor, medan ishockeyn blev till en ny arena för nationell integration.

För att använda Benedict Andersons (1983) begrepp, kan vi följa hur en ny typ av imaginär gemenskap skapas på vitt skilda plan: hur nya former av kulturell gemenskap och vardagsrutiner gör svenskar svenskare. Detta är synligt i den avgörande roll som spelas av de nationella medierna radio och TV, i den nationalkänsla som investeras i idrott, samt inte minst i de sätt på vilka nationell gemenskap materialiseras i såväl administrativa rutiner, konsumtionsmönster som fysiska strukturer. Med ständigt ökad frekvens fann medborgarna meddelanden, krav och presenter från staten i brevlådan, lärde sig att fylla i deklarationsblanketter och att ansöka om bostadslån, pluggade in vägtrafikförordningen för att få ta körkort, genomgick hälsoundersökningar, besvarade frågeformulär från skolan om barnen, och så vidare. Människor fann sig dela nya identiteter och rutiner och uppleva liknande inramningar oavsett om de var pensionärer på ålderdomshem eller barn på dagis.

Under det senaste halvsekle har staten alltså producerat en stor del av de nya sammanhangen för vardagslivet, och detta har delvis indirekt men mycket effektivt homogeniserat sättet människor lever sina liv på. Processen har mer format en nationell habitus än en nationell retorik, och är resultatet av ett komplext samspel mellan stat, marknad, rörelser och livsformer. Det är en kulturell nationaliseringsprocess som är mycket annorlunda än den som sker i USA under samma period (se Löfgren, under utg), eller än de homogeniseringsstrategier som ut-

vecklades i Östeuropa. I det senare fallet måste staten lita till inte enbart repression och extrem marknadskontroll utan också till ett konstant och högljutt ideologiskt bombardemang, vilket enbart tenderade till att understryka den djupa klyftan mellan statlig politik och det vardagliga kulturbygget på livsformens nivå (se Verdery 1991).

Denna bild av de senaste decenniernas svenska kulturhistoria tar oss tillbaka till den IKEA-möbel som kan stå som ett välformulerat exempel på hur stat, marknad, rörelser och livsformer har interagerat i Sverige. En internationell stil och estetik importerades via en folkrörelses intellektuella och blev del av de sätt på vilka olika statliga institutioner försökte modernisera Sverige. I denna process konfronterades de futuristiska idéerna med befintliga preferenser och traditioner för hur man skapar ett hem, och transformerades till en särskild svensk modernitet. Under 1950- och 60-talen utgjorde denna form av modernt levnadssätt den kulturella basen för en blomstrande möbelindustri med exportambitioner, men vad som exporteras är inte bara IKEA-bordet *Sörgården*, ett paket WASA knäckebröd eller en Volvo herrgårdsvagn. Allesammans kommer omgivna av en speciell aura av svenskhet – konsumtionsvaror med en air av "inget onödigt rysch och pysch".

Det sätt på vilket IKEA säljer svenskhet genom sina möbler (och möbler genom svenskhet) är naturligtvis bara ett exempel på hur samtida globalisering understödjer omvandlingen av kulturella skillnader till varuform. På "världsmusikens" marknadsfält, för att ta ett annorlunda men närbesläktat exempel, genomsöks tredje världen och dess europeiska och nordamerikanska diasporaer efter rytmer som kan följa reggae's framgångsrika transnationella spår; på samma sätt härstammar en del av charmen

hos både "junk food" och sofistikerat *cuisine* från känslan av exotiskt ursprung. Vi kan förvisso undra om det i det långa loppet kan finnas tillräcklig kulturell mångfald i världen för att försörja en marknad med en omättlig nyhetshunger, även när lokala och nationella kulturer fortfar att alstras. Samtidigt får vi räkna med att många lokala kulturprodukter aldrig kommer att ta sig över de nationella gränserna; lossrivna från sina nationella sammanhang eller referensramar förlorar de sin dragningskraft på marknaden. I vilket fall är den allmänna poängen att rätt olika kulturhistorier växer fram ur det komplexa samspelet mellan livsformer, stater, marknader och rörelser i den globala byns alla vinklar och vrår. Det finns ingen enda övergripande berättelse om världens homogenisering.

En eftertanke om nationer och andra gemenskaper

Historien vi berättat om nationen, och särskilt en nation, är heller inte hela historien. Nationen tycks förändras och bestå, men återigen: en orsak till att det blir allt svårare att utgå från nationen som fullständig analysenhet ligger i att allt fler slags kulturella samband nu skär tvärs över dess gränser. Som en avslutande fundering vill vi tillägga att det är viktigt att vara mer uppmärksam, både avseende etnografi och teori, på livsformen, som alltför lätt förutsätts fortsätta rymmas inom en nationell eller till och med strikt lokal scen (medan marknaden antas utgöra huvudarenan för transnationella kulturprocesser).

I vår tid utvecklar etniska diasporaer, yrkesgrupper som dataingenjörer eller balettdansare, och stilmedvetna ungdomar som rastas eller skinheads sina egna komplex av betydelser och symboler; till viss del kan-

ske kopplade till specialiserade marknader, men också i bruk inom släktgrupper, gäng, arbetsplatser, grannskap, och transnationella nätverk av sådana sammanhang (se Hannerz 1990). Detta är människor som rör sig över gränser, eller använder en mängd olika medel för att hålla kontakt med sina imaginära gemenskaper även när de inte befinner sig ansikte mot ansikte. Av vilka kulturer är deras delkulturer egentligen delkulturer? Den "kulturella helheten" är här egentligen inte nationen. Åtminstone på ett plan är de delkulturer av en större transnationell, kanske till och med bokstavligen global, kultur. Och vilka implikationer folks engagemang i sådana delkulturer har för deras förhållande till nationell kultur är knappast speciellt tydligt ännu.

Det har varit ett återkommande tema i nationsbyggandets historia att någon form av enhet måste skapas av en mångfald lokala eller regionala kulturer inrymda inom statens gränser - "göra bönder till fransmän" enligt en författares (Weber 1976) välkända exempel. Till stora delar är detta fortfarande vad nationer gör. Men hur påverkas nationer, och deras typiska kulturella processer, när det i allt större utsträckning gäller att göra kosmopoliter till fransmän, eller svenskar, eller kuwaitier, och hålla kvar dem i detta kulturella rum?

Litteratur

- Anderson, Benedict, 1983. *Imagined Communities*. London: Verso.
- Giddens, Anthony, 1987. *Social Theory and Modern Sociology*. Cambridge: Polity.
- Foster, Robert J., 1991. "Making National Cultures in the Global Ecumene". I: *Annual Review of Anthropology*, 20, s. 235-260.
- Handler, Richard, 1985. "On Dialogue and Destructive Analysis: Problems in Narrating Nationalism and Ethnicity". I: *Journal of Anthropological Research*, 41, s. 171-182.
- Hannerz, Ulf, 1987. "The World in Creolisation". I: *Africa*, 57, s. 546-559.
- Hannerz, Ulf, 1990. "Cosmopolitans and Locals in World Culture". I: Featherstone, Mike (red), *Global Culture*. Newbury Park, CA, & London: Sage.
- Hannerz, Ulf, 1991. "Scenarios for Peripheral Cultures". I: King, Anthony D. (red), *Culture, Globalization and the World-System*. Binghamton, NY: Department of Art and Art History, State University of New York at Binghamton.
- Hannerz, Ulf, 1992. *Cultural Complexity*. New York: Columbia University Press.
- Keesing, Roger, M., 1987. "Anthropology as Interpretive Quest". I: *Current Anthropology*, 28, s. 161-176.
- Löfgren, Orvar, 1989. "The Nationalization of Culture". I: *Ethnologia Europaea*, 19, s. 5-23.
- Löfgren, Orvar, 1990. "Consuming Interests". I: *Culture & History*, 7, s. 5-45.
- Löfgren, Orvar, under utgivning. "Being a Good Swede: National Identity as a Cultural Battleground". I: Rapp, Rayna & Schneider, Jane (red), *Articulating Hidden Histories*. Berkeley: University of California Press.
- McLuhan, Marshall, 1964. *Understanding Media*. New York: McGraw-Hill.
- Obeyesekere, Gananath, 1990. *The Work of Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ortner, Sherry, B., 1984. "Theory in Anthropology since the Sixties". I: *Comparative Studies in Society and History*, 26, s. 126-166.
- Verdery, Katherine, 1991. "Theorizing Socialism: A Prologue to the 'Transition'". I: *American Ethnologist*, 18:3, s. 419-439.
- Wallerstein, Immanuel, 1991. *Unthinking Social Science*. Cambridge: Polity.
- Weber, Eugen, 1976. *Peasants into Frenchmen*. Stanford: Stanford University Press.