

# Astrid Lindgrens upplevelselandskap

Där sagor blir verklighet och där verkligheten blir sagor

*Per Strömberg*

Den turistanläggning som har gått allra längst i att iscensätta Astrid Lindgrens sagor är temaparken Astrid Lindgrens Värld. I temaparken är Astrid Lindgrens landskap ständigt närvarande, dels genom parkens sagomiljöer, dels genom den geografiska plats i utkanten av Vimmerby stad där turistanläggningen är förlagd. Landskap behöver inte vara reella utan kan även vara imaginära och användas som metafor för att beskriva kulturella processer i tid och rum.

Etnologen Tom O'Dell har myntat begreppet *experiencescape* – upplevelselandskap – för att beskriva en kulturellt betingad ekonomi som sätter upplevelser i centrum. Denna ekonomi omtalas allt mer som en ”upplevelseindustri”, vari kreativa näringar som exempelvis konst, musik, design och turism ingår som sektorer. Det handlar egentligen om en form av marknadsetetik där upplevelseaspekter tillförs varor och tjänster i syfte att bringa ekonomisk framgång för företag, kommuner och turistdestinationer. Landskapsmetaforen med ändelsen *scape* tjänar till att betona det processuella i ett övergripande globalt sammanhang där vissa former och recept på hur man exempelvis brukar kulturarv har utvecklats och kommer till uttryck på likartat och olikartat sätt, t.ex. i iscensättningar av historiska och tematiserade miljöer. Upplevelselandskapen är lika mycket platser för avkoppling och njutning som platser där lokala och globala krafter sammanflätas, där kulturella identiteter skapas och kommer till uttryck och där politiska intressen verkar och materialiseras (O'Dell 2005).

Med utgångspunkt i Astrid Lindgrens författarskap bildar temaparken ett specifikt upplevelselandskap. Detta upplevelselandskap handlar om hur temaparken ingår i ett större upplevelseekonomiskt sammanhang där Astrid Lindgrens sagor omsätts i ett kulturellt och ekonomiskt sammanhang.

## Från Sagobyn till Astrid Lindgrens Värld

När jag i mitten av åttiotalet besökte Vimmerby i samband med ett ungdomsläger i Småland stannade vi även till vid Sagobyn, som parken hette då. Vi gick runt i duggregnet och kikade in i uppsnickrade sagomiljöer i miniatyr med motiv hämtade ur Astrid Lindgrens barnböcker. När jag knappt tjugo år senare besökte parken med anledning av forskningsarbetet möttes jag av något helt annat. Under dessa tjugo år hade anläggningen inte bara hunnit byta namn till Astrid Lindgrens Värld, utan även utvecklats till en regelrätt temapark. Dess slogan numera – där sagor blir verklighet – gör verkligen skäl för sitt motto i dag. Namnet är i själva verket en analogi till Walt Disney World, som ägarna i slutet av åttiotalet även studerade på plats. Ett annat gemensamt drag är också det sätt som temaparken är uppbyggd kring Astrid Lindgrens barnboksgestalter. Hennes författarskap utgör således temat för parken, medan varje sagomiljö utgör ett undertema från respektive barnbok.

Ett stort steg togs när temaparken satsade på en näst intill fullskalig miljö i slutet av 1980-talet, den så kallade Bråkmakargatan. Liksom i de tidigare lekstugemiljöerna utgick man från illustrationerna i Astrid Lindgrens barnböcker. Man tvingades kompromissa i kompositionen vilken mynnade ut i ett sammanhängande kollage av Ilon Wiklands illustrerade miljöer, hämtade ur böckerna om *Lotta på Bråkmakargatan*. Målet var framför allt att skapa en inspelningsmiljö åt SF:s filmatisering av *Lotta på Bråkmakargatan*, men även att bereda plats för en huvudentré och att tillgodose behoven av service, souvenirförsäljning och scenografi åt parkens skådespel. En av upphovsmännen till Bråkmakargatan menar att investeringen har betalat sig flera gånger om efter att ha figurerat i SF-filmen. Detta har inneburit en ovärderlig marknadsföring. Småstadsmiljön fungerade följaktligen som en affärsstödjande faktor genom den fiktiva sammansmältningen av film och temapark (Strömberg 2007). Men även andra inspelningsplatser för Lindgrens sagor runt om i Småland har successivt förvandlats till veritabla turistmål, t.ex. Gibberys gård i Rumsquilla där Emil-filmerna spelades in.

Bråkmakargatans beställare (Riquma-koncernen) respektive arkitekt (Bo Thunberg) ville komma åt ”sinnebildern” av en småstad och lät sig även inspireras av den lokala småstadsmiljön i Vimmerby. Exempelvis återskapades det gamla polishuset i skala 9:10 av verklig storlek med hjälp av gamla fotografier. Även den så kallade Astrid Lindgren-gården på området återknyter till omgivningen. Byggnaden inrymde fram till 2006 utställningar om författarinnans liv och verk. Den fick ett utseende som påminner om en större ladugård. Att man valde formen av en ladugård gick hand i hand med den biografiska berättelsen om Astrid Lindgren, vars bror en gång i tiden drev ett mindre jordbruk på platsen, Näs. Några kvarter bort ligger det sedan 2007 nyöppnade kulturcentrumet Astrid Lindgrens Näs, vilket består av en



FIGUR 1. *Bråkmakargatan är ett sammanhängande kollage av Ilon Wiklands illustrationer. Småstadsmiljön utgjorde den huvudsakliga scenografin till filmen Lotta på Bråkmakargatan och fungerar numera som en utmärkt arena för konsumtion, teater och lek. Foto: Per Strömberg.*

samling byggnader som återknyter till författarinnan: hennes barndomshus, den gamla prästgården med samlingarna samt en nybyggd paviljong dit utställningen sedermera har flyttats. På så vis konstituerar Lindgrenfamiljens tidigare arrende platsen för den nuvarande parken, vilket temaparken även brukar lyfta fram i reklamen. Det finns en historisk densitet som definierar platsen. På Astrid Lindgrens Värld växlar man således mellan imaginära figurer, biografi och lokalhistoria, inte minst vid utformningen av miljöerna.

### Nationaliseringsprocesser

Över huvud taget har Astrid Lindgrens författarskap, vars historier i många fall utspelar sig i Småland, spelat en stor roll för en nationaliseringsprocess som definierar Småland som en typisk svensk hemvist, på samma sätt som Dalarna en gång utpekades som Sveriges hjärta av konstnärer, diktare och tonsättare under nationalromantikens era vid förra sekelskiftet. Framväxten av en massmedial barnkultur i Sverige – allt från böcker till barnprogram på TV – har fungerat som en katalysator

i denna process. Barnkulturen har på så sätt blivit förmedlare av föreställningar om svenskhet och svenska värderingar (Löfgren 2000).

Astrid Lindgrens *Värld* anspelar i hög grad på svenskhet. I marknadsföring av temaparken utgör Astrid Lindgren den gemensamma nämnaren för den geografiska treenigheten Sverige – Småland – Vimmerby. Inte minst den tidigare biografiska utställningen på Astrid Lindgren-gården illustrerar och styrker denna koppling. Astrid Lindgrens *Värld* är inte bara ett kollage ur Astrid Lindgrens böcker. Den är även en del av ett barndomslandskap som ansluter till en nationaliseringsprocess som definierar Småland som ett svenskt kärnland. När en pyroman för några år sedan brände ned Emils ”snickerboa” i Gibberyd var det inte bara ett desperat angrepp på ett filmhistoriskt kulturarv utan även mot svenskhet och något som förövaren sannolikt uppfattade som en symbol för det svenska samhället. Astrid Lindgrens barndomslandskap är också ett symboliskt landskap.

Även en annan smålänning har i vissa sammanhang valt att anknyta till Småland. Vid entrén till Ikea i Kungens kurva finns ett lekland som även det ansluter till det imaginära Småland. Det är inte bara ett land för små, utan leklandet anspelar i hög grad också på Småland som Ikees ursprungsort. Enligt uppgift från förra ägarna var det just Ingvar Kamprad som Astrid Lindgren absolut inte ville att anläggningen skulle tillfalla när temaparken i fastighetskrisens spår bytte ägare på nittio-talet. Kanske hyste hon farhågor för att temaparken skulle bli ”alltför kommersiell” och brukas på fel sätt.

### Sagoberättandets ruljans

Just faran för det ”alltför kommersiella” har fordrat en balansgång från temaparkens sida mellan kommersen och de andliga värden som Astrid Lindgren står för. Enligt Joakim Karlén, vd för Astrid Lindgrens *Värld* 1994–2003, utgör Astrid Lindgren den inre kärnan av turistprodukten. I enlighet med hans framtagna modell flankeras denna kärna av fyra grundpelare: lek, teater, möte och miljö. ”Men”, skriver han, ”och detta kan inte nog betonas, alla dessa aktiviteter får hela tiden sin unika näring från Astrid Lindgrens författarskap och därmed skapas de höga värden som möjliggör Astrid Lindgrens Världs unika verksamhet” (Karlén 2004).

När Astrid Lindgren avsåg sig engagemanget för parken i mitten av nittio-talet bildades ett programråd bestående av fem personer med uppgift att bevaka författarinnans intressen och värderingar i verksamheten, bland annat vid tävlingar om utformningen av byggnader och miljöer. Denna policy tolkar jag som ett försök att balansera kommersiella intressen med återhållsamhet, att å ena sidan bedriva en lönsam kommersiell verksamhet, å andra sidan eftersträva ett slags trohet mot Lindgrens egna ideal och önskemål.

Astrid Lindgrens Världs tydliga inriktning mot teater är en viktig del av de andliga värden som företaget gärna framhäver. Mot dessa värden står den ökade kommersialiseringen av anläggningen med integrerad försäljning i miljöerna, i synnerhet på Bråkmakargatan vars idylliska småstadsmiljö bildar en utomordentligt bra kontext för prylförsäljning.

På Walt Disney World återfinner man skolexemplet på denna företeelse. I Magic Kingdom leds besökarna in genom området via Main Street U.S.A. Gatan, kantad av byggnader i viktoriansk sekelskiftesskrud, förefaller vara första scenen i en låtsasvärld som samtidigt lockar besökarna att stiga in. Men invändigt är bodarna i själva verket kamouflerade stormarknader där man handlar som besatt som om man fortfarande tror att allting är på lek, kåserar Umberto Eco under sin resa i populärkulturens och ”hyperverklighetens” USA (Eco 1986).

Kommers och fiktion löper således samman på Bråkmakargatan. Den fungerar onekligen som en tratt varigenom besökarna måste ta sig igenom för att komma till övriga attraktioner med risk för att fastna i en butik. Samtidigt är försäljningen en



FIGUR 2. Skolgatan är en förlängning av Bråkmakargatan och ritades av arkitekten Lennart Magnusson. Skolbyggnaden inhyste under några år Oskar Lithells korvfabrik med en parallellutställning om Lithells företagshistoria. Foto: Per Strömberg.

viktig del av temaparkens ekonomi. Enligt parkens företrädare försöker man dock vara återhållsam vad gäller det ”alltför kommersiella” genom att koncentrera all försäljning kring ett enda stråk och att bara tillåta reklam och företagslogotyper på parkeringsplatsen utanför (Strömberg 2007).

Fram tills för något år sedan fanns ett stort undantag. I Bråkmakargatans förlängning uppfördes en fiktiv skolbyggnad som sedermera gjordes om till en ”korvfabrik”, en butik med korvförsäljning och en parallellutställning om korvtillverkaren Lithells verksamhet. I texterna drog man paralleller mellan Lithells företagshistoria och Astrid Lindgrens liv i syfte att jämka samman företagets olika berättelser. Småstadsidyllen blev en arena för ömsesidigt samarbete och en narrativ brygga mellan företagen. Den utgjorde ett perfekt sceneri för Lithells marknadsföring. Företagshistorien integrerades i fiktionen då den jämfördes med Astrid Lindgrens sagoberättelser. Fiktion och kommers sammansmälter. I Astrid Lindgrens Värld blir således inte bara sagor verklighet; även verkligheten blir sagor.

Varumärkenas intrång i barndomslandskapet kan ofta vara försåtliga och kännas stötande. I likhet med Naomi Klein menar jag att det dock vore olyckligt att dra all företagssponsring över en kam. Det vore orättvist mot värdefulla ekonomiska insatser. Det hindrar oss också från att se förändringar på området. Vad som förut var en förening mellan filantropi och PR tenderar att bli allt mer renodlade marknadsföringsinstrument med krav på större kontroll från givarens sida (Klein 2002). De som tidigare hette ”sponsorer” kallas numera för det mer positivt klingande ”samarbetspartner”. Omformuleringen indikerar ett fördjupat och mer invecklat samarbete mellan nätverk av företag. En företagsmässig partnerskapskultur breder ut sig över upplevelselandskapet och tar sig in i välbesökta turistmiljöer. Även om Astrid Lindgrens ande svävar över parken tycks den inte helt kunna stå emot denna utveckling.

## Astridifiering och professionalisering

Mitt syfte här är inte att förminska de insatser som gjorts för att göra Astrid Lindgrens Värld till ett välbesökt turistmål, utan för att pröva synsätt och att ställa frågor. Den tilltagande kommersialiseringen är ett uttryck för en affärsmässig *professionalisering* av verksamheten, men också att ägarna, i dag Vimmerby kommun, i takt med framgångarna har insett den ekonomiska potentialen i att kapitalisera Astrid Lindgrens liv och verk. Astrid Lindgrens Värld blir ett epicentrum för ett slags astridifiering av Vimmerby och det småländska landskapet – både på gott och ont.

Astridifieringen är en funktion av denna professionalisering. Hennes författarskap och tablåer över det småländska landskapet har genom Lindgrenturismen gjort Vimmerby till en blomstrande småstad. Samtidigt riskerar kanske kommersialisering



ringen att föra oss längre och längre bort från ursprunget, nämligen böckerna; det är ändå därifrån vi hämtar vår unika näring, som Joakim Karlén tidigare påpekade. Finns det en risk för att det blir för mycket av det goda? Kan astridifieringen och den ökande kommersen göra att destinationen tappar i trovärdighet?

Det är en stor skillnad mellan mina besök i Vimmerby 1986 och 2003. För Vimmerby kommun och bygdens utveckling har framgångarna för Astrid Lindgrens Värld spelat en fundamental roll. För att inhysa turistströmmarna krävs många turistbäddar. I dag finner vi inte bara en stor kommunägd camping intill temaparken, utan även andra entreprenörer som kan leva av att återknyta till temat Astrid Lindgren: Pippis hotell, Hotell Ronja, Idas krog, Karaktärshotellet Björkbacken med flera. Alla dessa anläggningar är ett uttryck för *hybridkonsumtion*, dvs. när man skapar en mångfald av konsumtionsformer och konsumtionstillfällen med hjälp av nya och oftast fiktiva metoder, t.ex. ett övergripande tema. På så sätt har Astrid Lindgrens landskap genom fiktionen blivit en arena för konsumtion och lek.

På turistbyråns hemsida marknadsför sig kommunen numera som ”Astrid Lindgrens Vimmerby”. År 2003 initierade kommunen den så kallade *Vimmerbyakademien* som är tänkt att utgöra en regional ”mötesplats för gränsöverskridande utvecklingsarbete inom upplevelsesektorn och den kulturella ekonomin” med syfte att ”initiera, stimulera och stödja forskning och undersökningar kring Astrid Lindgrens Vimmerby och stadens kulturarv” (Strömberg 2007).

Detta är i min mening ytterligare ett bevis på hur Astrid Lindgren genomsyrar Vimmerby kommuns verksamhet. Hennes sagoberättelser har tagit Vimmerby och det småländska landskapet i besittning. I Astrid Lindgrens upplevelselandskap befinner sig narrationen aldrig långt från det reella landskapet, liksom det småländska landskapet figurerar i hennes barnböcker. Vimmerby *är* Astrid Lindgren och Astrid Lindgren *är* Vimmerby.

#### REFERENSER

- Eco, U. 1986. *Travels in hyperreality: Essays*. Harcourt Brace Jovanovich. San Diego.
- Karlén, J. 2004. *Tio år med Astrid Lindgrens värld: Tankar om turism och upplevelseindustri*. SIC-SAC. Vimmerby.
- Klein, N. 2002. *No Logo: No space, no choice, no jobs, no logo: Märkena, marknaden, motståndet*. Ordfront. Stockholm.
- Löfgren, O. 2000. *The disappearance and return of the national. Folklore, heritage politics and ethnic diversity: A festschrift for Barbro Klein*. Multicultural Centre (Mångkulturellt centrum). Botkyrka.

- O'Dell, T. 2005. Experiencescapes: Blurring borders and testing connections. I: T. O'Dell & P. Billing, *Experiencescapes: Tourism, culture and economy*. Copenhagen Business School. Köpenhamn.
- Strömberg, P. 2007. *Upplevelseindustrins turistmiljöer: Visuella berättarstrategier i svenska turistanläggningar 1985–2005*. Konstvetenskapliga institutionen, Uppsala universitet. Fronton Förlag. Uppsala.