



Hanne Sanders

**“De skyder i København: Om kulturelle kommunikationsproblemer i
Øresundsregionen”**

ur

Orvar Löfgren & Fredrik Nilsson (red.)

Regionauterna: Öresundsregionen från vision till vardag
(2010)

Serie: Centrum för Danmarksstudier nr 24, ISSN: 1651-775X

Upplaga för elektronisk publicering 2022 för forsknings-, utbildnings- och
biblioteksverksamhet och ej för kommersiella ändamål.

Publicerad med tillstånd från Makadam förlag.

DOI: <https://doi.org/10.37852/oblu.135.c190>

Tryckt utgåva finns i bokhandeln:

ISBN 978-91-7061-079-0

Makadam förlag, Göteborg & Stockholm

www.makadambok.se

Edition to be published electronically 2022 for research, educational and library needs,
and not for commercial purposes. Published by permission from Makadam Publishers.

DOI: <https://doi.org/10.37852/oblu.135.c190>

A printed version is available through book stores:

ISBN 978-91-7061-079-0

Makadam Publishers, Göteborg & Stockholm, Sweden

www.makadambok.se



Denna text är licensierad under CC BY-NC-ND. Det betyder att du får sprida
verket, men bara i icke-kommersiella sammanhang. Du får inte bearbeta
verket och om du sprider det måste du ange ovanstående som upphovsperson
för artikeln. Se fullständiga villkor:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.sv>



DE SKYDER I KØBENHAVN OM KULTURELLE KOMMUNIKATIONS- PROBLEMER I ØRESUNDSREGIONEN

Hanne Sanders

Min datter skulle i vinterferien 2009 med sin fritidsklub til Guinness World of Records-museum på Strøget, ganske tæt ved Kongens Nytorv i København. I tiden inden denne februarudflugt fra Lund havde der i Sverige været en vis opmærksomhed om den såkaldte bandekrig på Nørrebro i København. Det handlede om bander, som forsøgte at bekæmpe hinanden bl.a. ved hjælp af skydevåben, og der var flere eksempler på sårede, ja, til og med døde. Nu blev klubbens personale og børnene enige om, at de ikke turde tage til Guinness-museet, fordi de skyder i København. Børnene var bange, og min datter udtalte uro i forhold til vores planer om et fremtidigt besøg hos gode venner helt ude i Hellerup.

Det, som skete på Nørrebro, var klart ubehageligt og farligt. Beboerne var urolige, og det var et vigtigt spørgsmål for kommunal- og folketingspolitikere i Danmark. Ingen af alle disse med rette meget urolige mennesker skulle dog have undladt at gå en tur på Strøget. Man skød nemlig ikke på Strøget – og heller ikke mange andre steder i København. Episoden i fritidsklubben viser, at ikke alle lundensere lavede en sådan geografisk opdeling af byen. København var København, og skød man ét sted, var der risiko for, at man skød alle andre steder.

For at man i Skåne kan lave den strategiske bedømmelse, at der er forskel på at gå på Nørrebrogade og Strøget, må man have en aktuel og konkret viden om København, om forskelle mellem bydele og gader. Det er ikke en viden, man kan gå ud fra findes om en by på den anden side af en nationalstatsgrænse. Den kan opstå ud fra egen erfaring med byen eller ud fra læsning. Det kræver altså en aktiv handling. Uden dette er København bare København, og i disse februar dage 2009 blev byen knyttet til en angst, for at blive skudt. Det minder om menneskers angst for at tage til lande eller byer langt

borte – mange er bange for at gå i New York, fordi de skyder der. Samme angst blev nu knyttet til København.

En uro som denne er karakteristisk for kulturmøder mellem to kulturer, der kun sjældent kommunikerer på et kulturelt, menneskeligt plan. Man har ikke meget at perspektivere de mindre indsigter i forhold til. Det er ikke underligt, at det bliver resultatet, når mennesker bor langt fra hinanden, men at det skulle være tilfældet i den Øresundsregion, som mange har forsøgt at kæde sammen i de knap ti år, der er gået, siden broen indviedes, er jo påfaldende. Man har talt om og investeret mange penge i kommunikation i regionen, men det har næsten altid handlet om bil- og togkommunikation. Hvordan har man forholdt sig til den kulturelle kommunikation mellem mennesker, og hvordan ser kulturkommunikationen ud ved broens 10-års fødselsdag?

Det er let at se den lundensiske bedømmelse af sikkerheden i København som et udtryk for en svag kulturkommunikation. Det er dog en for enkel konklusion. Det er snarere sådan, at denne iagttagelse bør sættes i forhold til en større øresundsregional udvikling. Der er jo sket meget, om ikke andet så netop på grund af de forbedrede transportmuligheder. Det er f.eks. muligt for skolebørn i Lund at tage til København på en dagsudflugt – og de gør det. Både fritidspædagoger og lærere – og måske også børnene – er altså bevidste om Øresundsregionen. Det er tillige vigtigt i denne sammenhæng at understrege, at pædagoger og lærere har et stort ansvar for børn, og er der bare en lille risiko for, at de kan blive skadet, bør de blive hjemme. Det vil sige, at angsten må og skal fylde mere i de overvejelser, som denne artikel begyndte med, end den bør gøre i normale forhold.

For at få den ønskede dybere indsigt i Øresundsregionens betydning vil jeg i denne artikel undersøge fem forskellige eksempler på kulturkommunikation, som den så ud i vinteren og det tidlige forår 2009. Teksten bygger videre på en undersøgelse, som jeg præsenterede i bogen *Øresundsgrænser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum*.¹ Undersøgelsen var en analyse af, hvad der stod om Danmark i *Sydsvenskan* i perioden 1895 til 2005, nærmere bestemt i samme uge i fire forskellige år (1895, 1935, 1965 og 2005). Jeg undersøgte, hvad der stod om Danmark, men også, hvordan det blev præsenteret, og jeg blandede analyser af journalistisk materiale med en analyse af annoncer.

I dette avismateriale var det karakteristisk for 2005 – fem år efter broen – at bevægelsen af dansk kultur over grænsen var lille. Tidligere havde der været tættere kontakt. Før 1. verdenskrig gav avisen indtryk af, at der eksisterede et samlet arbejds- og varemarked i regionen. Dette levede delvis videre i mellemkrigstiden. Karakteristisk for 1935 var i øvrigt, at nye kulturområder blev udviklet i samarbejde over Sundet. Det drejede sig både om finkultur og om sport, hvor det nationale islæt i begge tilfælde var

mindre tydeligt i 1935, end det blev i 1965 og især i 2005. I 1935 og 1965 var en vigtig del af interessen for Danmark en del af et engagement for det nordiske samarbejde. Det, som var identisk landene imellem, var vigtigt, og man havde et fælles projekt, nemlig at udvikle gode nordiske velfærdsstater.

I 2005 var meget af dette borte. Der var da en relativ stor interesse for, hvad der skete på den anden side af Sundet, men det blev ofte beskrevet som noget andet end det svenske. Den nationale tone var helt central, og det var vigtigt at skrive om det typisk danske – indvandrerfjendtligheden og nationalismen – i modsætning til det svenske. Alle udtryk for et økonomisk eller kulturelt fællesskab var borte, både på individ- og gruppeplan, og når man udtalte sig om Øresundsregionen, var det for at gøre sit eget rum større – om det nu var Malmö, Skåne eller København.

Dette passer godt med den stat, som i dag grænser op til Øresund, nemlig den nationale velfærdsstat. I en sådan stat deler alle de samme rettigheder og har den samme nationale identitet. Det er derfor ikke underligt, at der, til trods for at det kun tager ti minutter at passere Øresundsbroen, er en verden til forskel på at bo i Malmö eller København. En sådan stat, og dermed også den meget inkluderende funktion af en statsgrænse, er et moderne fænomen, hvilket er centralt i min tidligere forskning om grænsens varierende betydning, fra den i 1658 blev lagt i Øresund, til vi i begyndelsen af 2000-tallet kunne passere den via en bro.³

Kommunikationen i 2005 havde fokus på det nationale og byggede på enkle stereotyper om dansk og svensk. *Sydsvenskan* gav ikke plads for mange nye møder og nye indsigter. Spørgsmålet her er, hvordan kulturkommunikationen så ud fire år senere? Jeg har atter taget udgangspunkt i en sydvestsvensk virkelighed, og stadig vil jeg vide, hvilke muligheder der var for at møde og anvende det danske i den del af Skåne, som ligger nærmest København.

Jeg indleder med endnu en analyse af en uge i *Sydsvenskan*, men har udvidet kommunikationsanalysen til at indeholde også andre mulige kulturudvekslinger. Jeg har undersøgt, hvilken kundskab om Danmark, man kunne få i Lunds velassorterede boghandel, Akademibokhandeln Gleerups. Jeg har i videobutikken Hemmakväll set, hvilke dele af dansk børnekultur, som lundensiske børn kunne møde enten ved at låne eller købe en dvd. Jeg har set, hvad skånsk turistmateriale for danskere sagde om skåningernes opfattelse af det danske, og hvilken kulturkommunikation man ønskede at skabe. Og til sidst har jeg gennemført en undersøgelse blandt unge studerende i Lund, nærmere bestemt en nybegyndergruppe på historiestudiet, for at få et indtryk af, hvilken relation de havde til dansk kultur.

I årene omkring broens åbning i 2000 var forskningen om Øresundsregionen stor,

og den handlede i høj grad om *visionen* om Øresundsregionen.³ I dette visionsarbejde talte man om regionen, som om den fandtes, for så at sige at fremmane dens eksistens i en praktisk virkelighed, hvor en sådan geografisk størrelse aldrig havde eksisteret. Hos et af de politiske og administrative ankre i regionen, Øresundskomiteen, tegnede man til og med et kort.⁴ Her bestod regionen på den svenske side af Skåne, mens den var større på den danske side, foruden Sjælland også Bornholm og Lolland-Falster. En del vil sikkert være uenig i dette billede og mene, at Halland og Blekinge snarere end Lolland tilhører regionen. Kortet viste da heller ikke en eksisterende politisk enhed, men derimod de politiske enheder, der indgår i det politiske samarbejde, som Øresundskomiteen er.

Udgangspunktet for min forskning er, at det specielle ved Øresundsregionen netop er, at man ikke kan tegne et kort. Regionen har ingen ydre grænse, men derimod en indre grænse. Det er en transnational region, hvis eksistens bestemmes af, hvilke mennesker og idéer, som bevæger sig over denne grænse. Det er indholdet af disse bevægelser, som skaber den aktuelle betydning af regionen: Hvem rejser, hvorfor rejser man og hvor langt? I denne forståelse kan man sige, at der findes lige så mange regioner, som der er mennesker, der bevæger sig over Sundet. Det er derfor ikke underligt, at ikke alle genkender sin hverdag på Øresundskomiteens kort. Det betyder også, at de regionsmønstre, man ser som forsker, er afhængig af, hvilke typer af bevægelser man fokuserer på.⁵

Ved at flytte fokus fra øresundsvision til øresundsaktør bevæger vi også fra et oppefra-perspektiv til et nedefra-perspektiv, og for mig er dette skift af perspektiv sket i dialog med to forskningsdiskussioner. For det første handler det om en ældre kulturhistorisk interesse for kulturelle eller økonomiske regioner uafhængige af politiske grænser, og for det andet den nationalismeforskning, som i stedet for at undersøge elitens nationale visioner undersøger, hvordan nationale identiteter opstår i møder over en grænse.⁶

I fem mindre studier vil jeg undersøge, hvordan kulturkommunikationen og dermed Øresundsregionen har set ud for forskellige sydvestsvenske aktører i begyndelsen af 2009. Jeg vil hermed diskutere den øresundsregionale dynamik og vise, hvilke kulturkommunikative resultater og problemer der findes efter ti år med broen. Det gør forhåbentlig udtalelsen om, at de skyder i København, mere forståelig.

Danmark i Sydsvenskan 2009

Jeg begynder min undersøgelse i et materiale, jeg har undersøgt tidligere, nemlig *Sydsvenskan*. Det bliver nærmere bestemt de aviser, som udkom i ugen 9.-15. marts 2009. Målet er at se, hvilken viden om det danske som har bevæget sig til de skånske journalister, og hvordan de har begrebsliggjort deres viden i avisens spalter. Dette får en særlig

betydning, da *Sydsvenskans* danmarksbillede har en stor spredning blandt skåninger. For mange er det sikkert i netop dagens avis også de får sin viden om det danske.

Denne anden uge i marts er særlig interessant, da avisen netop i denne uge ændrede sit udseende ud fra devisen: »Världen ser lite annorlunda ut. Vi också«. ⁷ Vi får altså et aktuelt udtryk for, hvordan man på avisen ville udtrykke sin kontakt med det danske. Det er først interessant at overveje, hvad de bevidst ændrede, som har betydning for kommunikationen over Sundet. Hvis man spurgte dem selv, skulle de nok fremhæve, at de havde indført en ny københavnsdel (1½ side) hver torsdag ud fra tanken om, at »Öresundsregionen växer så det knakar [...]. Därför utökar Sydsvenskan sin Köpenhamnsbevakning med två sidor i veckan.« Her ville man fortælle om, hvad der skete i byen, hvad danskerne talte om, og hvad der i øvrigt var 'på gång'. Man ville teste kroer og give en guide til oplevelser m.m. på den anden side af Sundet. ⁸

Journalisten Martin Andersens tekster ved avisdelens premiere lever godt op til dette mål. Det er tolv budgettips for fattige svenskere i København og en artikel om, hvor dyrt det er i København, også i en europæisk sammenhæng, med et billede, som understreger, at blomster trods dette er en billig københavnsk luksus. Der er en anmeldelse af en rigtig klassisk dansk café, Café Sommersko, og et par tips til, hvad man kan lave i den efterfølgende weekend, bl.a. se en ny, i Danmark meget omtalt, film af Nils Malmros. Derudover er der tre eksempler på, hvad danskerne taler om: kronprins Frederik, Anders Fogh Rasmussen og en fodboldspiller, som har spillet i Malmö. Disse oplysninger kan siden kombineres med, at man stadig har afsat en side til København i fredagens oversigt over begivenheder i den kommende uge. ⁹ Skåningerne får altså en del hjælp til at organisere sine ture til København.

Dette fremskridt i Øresundsregionens tjeneste kombineres med andre tilbageskridt, som ikke markedsføres med samme glamour, men blot er der. De dele af avisen, som tidligere hed »Sverige«, »Skåne«, »Öresund«, hedder nu kun »Sverige«. I den almene nyhedsdel, del A, opererer man altså nu kun med »Sverige« og »Världen«. Vestsånske (ikke øresundske) lokalnyheder er som tidligere i del C. Øresundsregionen er altså forsvundet ud af nyhedsdækningen. På vejrkortet er en del af Sjælland også forsvundet, og tilbage har vi bare København. ¹⁰

Den tydeligste stillingtagen til Øresundsregionens aktualitet finder man dog i tv-oversigterne. De danske tv-kanaler er flyttet fra den store oversigt på bagsiden af del B til en lille del på tredjesidste side. Pladsen er blevet mindre, hvorfor præsentationen af programmerne er mindre, og morgendagens programmer er fjernet. Man skal altså have en speciel interesse i det danske for at bladre to sider tilbage for efter *alle* svenske kanaler at finde de danske. Samtidig har man fjernet de danske radioprogrammer. I



den ugentlige oversigt over tv-programmer er de danske tv-kanaler naturligt nok også nedprioriteret til to kanaler sammen med mange andre, som mennesker af forskellige anledninger abonnerer på. På trods af hvad man skrev i torsdagsavisen, er dette ikke en styrkelse af dækningen af det danske, tværtimod. Det er en klar forringelse af det tv-mæssige fællesskab omkring Øresund, som siden tv's fødsel har været et sted, danskere og svenskere i regionen mødtes, i en periode måske det eneste sted.¹¹

Man har altså ikke i den nye layout givet Danmark en plads i den normale nyhedsdækning, heller ikke hvad angår tv, derimod satser man på særlige sider for de særlig interesserede. Og her er der lagt vægt på ting, som kan trække skåninger til København. Det danske bliver på denne måde fremstillet som noget andet end det svenske og det skånske. Og Øresundsregionen er ude af *Sydsvenskans* tænkning.

Hvordan ser det så ud, hvis man læser avisen? I 2005 var nyhedsformidlingen om Danmark på trods af den mere åbne layout ikke stor, især ikke på den kulturelle front. Layout er et, indhold noget andet. Når det handler om del A's nyheder, er det i 2009 karakteristisk, at man ikke ved, hvor man skal placere de danske nyheder. De findes både under »Sverige« og under »Världen«. Nyhedsmængden er dog sammenlagt ganske stor, og hvad mere eller måske vigtigere er, at den ikke er særlig national farvet. Det handler

om almindelige nyheder som Anders Fogh Rasmussens mulige kandidatur til NATO's overhoved¹²; en dreng, som har hacket sig ind på danske bankkonti bare for at vise, at han kunne¹³; en dansker, som faldt 300 m i de norske fjelde og omkom¹⁴; Den lille havfrue, som skal en tur til Kina¹⁵; politiet, som har slået til mod en narkotikaliga i Jylland¹⁶, og en meteor, som tidligere med stor opmærksomhed filmedes i Skåne, men som nu er faldet ned på Lolland.¹⁷ I forbindelse med den finansielle krise fortæller man, at også i Danmark har topdirektørerne holdt lønfest, og at Magasin du Nord og Illum har problemer, fordi de ejes af en islandsk bank, som ikke har likviditet til at drive virksomheden.¹⁸ På økonomisiderne har man også en oversigt over de vigtigste danske aktier.¹⁹ Der er desuden en ganske stor dækning af en videnskabelig klimakonference, som fandt sted i København inden det store klimamøde i december 2009,²⁰ og af bandekrigen på Nørrebro.²¹

Reportagerne er påfaldende velinformede og viser vilje til at fortælle om, hvad der sker. Det store mål er ikke at tale om en typisk dansk indvandrerfjendtlighed eller skælde den danske regering ud for en nationalistisk politik. Det er til og med sådan, at man på lederplads mener, at Fogh Rasmussen som NATO-leder kan få Sverige til at blive medlem af NATO.²² Der er heller ikke en eneste henvisning til det tidligere meget omtalte Dansk Folkeparti. Det er derimod klart, at der sker masser af ting i København, som ikke finder vej til den skånske avis, hvor det svenske perspektiv, som altid, dominerer stærkt. Det er karakteristisk, at det ud over de pittoreske nyheder ofte er svenske problemer, som klima eller finanskrise, man i nogen grad belyser med danske eksempler.

Der er nogle få nyheder, som er knyttet til Øresundsregionen. Det bekymrer f.eks. en bilhandler i Malmö, at danskerne køber færre biler i Malmö pga. krisen og de klarere regler i Danmark.²³ Avisen har store visionsartikler om 2020, og her får Danmark en lille plads. Nogle enkelte trækker nemlig København eller broen ind i deres personlige vision²⁴, og København ligger som et ydre perspektiv, når man diskuterer trafikudviklingen i Skåne – man mener f.eks., at København er så meget en bremseklods for jernbanetrafikudviklingen, at der må bygges en fast forbindelse mellem Helsingborg og Helsingør.²⁵ Det fortælles desuden, at Pia Kihlberg arbejder for erhvervslivet i regionen, bl.a. med målet at få fælles porto og ens priser på telefoni og banktransaktioner.²⁶

Der er kun én artikel, hvor den nationale tone træder frem, og den handler om samarbejdet mellem danskere og svenskere i Arla. Her er man i Sverige vrede på danskerne, som man ikke kan stole på, når det handler om at lave forretninger. Det er på grund af vældig store kulturforskelle, siger den interviewede.²⁷

På malmösiderne er der henvisninger til noget dansk. Det drejer sig dels om en diskussion af slottet Malmöhus' danske historie i forbindelse med de ruiner, som man har fundet under slottets borggård, samt om at man kontaktede Zoo i København, da

en cirkuselefant døde i Malmö, en danske elefantekspert udtaler sig, og begravelsesfirmaet fortæller, at en af deres første opgaver var at kremere en zebra og en elefant i Danmark.²⁸ Igen træder det danske ind for at belyse det svenske.

Hvordan ser det så ud, hvis man går til de mere kulturelle dele af avisen? Her kan man først understrege, at grænsen i Øresund stadig er meget skarp, når det handler om sport i *Sydsvenskan*. Der er en reportage om den danske ishockeyspilleren Kim Staal, men det er kun, fordi Malmö Redhawks ønsker at købe ham tilbage til klubben.²⁹ Ud over en oversigt over den danske fodboldliga³⁰ ved siden af andre europæiske ligaer er der intet om dansk sport. Et lysglimt, som minder om, hvad man kunne læse i 1935, er dog, at Malmös kvindefodboldhold, LDB FC Malmö, har spillet en træningskamp mod et dansk hold fra Skovlunde og senere skal spille yderligere en mod Fortuna Hjørring.³¹ I 1935 var det karakteristisk, at regionen blev brugt for at finde gode konkurrenter inden for idrætsgrene i vækst. Det er selvfølgelig en måde, som man også kan anvende i dag, og det er øjensynlig, hvad det skånske fodboldhold har gjort.

Hvad så med kultursiderne? På de klassiske kultursider er Danmark stort set fraværende. Der anmeldes ikke danske bøger, og der diskuteres ikke kulturelt vigtige danske emner. Det nævnes kort, at Lars von Trier skal lave et computerspil, og det præsenteres ud fra journalistens fantasi om at kunne spille Ernst-Hugo Järegårds rolle i *Riget* med en joystick.³² Der er dog også her et lyspunkt, som giver minder om tidligere tider i avisen, nemlig at der på siden om nye kunststillinger nævnes to i Danmark. Det er måske ikke så bemærkelsesværdigt, at den i Sverige velkendte dansk-islandsk kunster Olafur Eliasson nævnes, men derimod at Ursula Biemanns udstilling *Mission Reports* i kunsthallen Nikolaj præsenteres som en af fem aktuelle udstillinger.³³ Det tyder på en ny kulturkommunikation over Øresund. Dette skal dog ses i forhold til den skov af kunststillinger og andre kulturbegivenheder, som findes i københavnsområdet, og som, hvis det stod til kultureddaktionen, skal forblive ukendt for det skånske kulturpublikum.

På 'nöjes'-siderne er der lidt flere oplysninger, som at den i Skåne populære Staffan Valdemar Holm begynder på det nye skuespilhus i København, og hvilke teaterstykker han vil spille; at ledelsen af Operaen i København har sagt op; at der på tv kommer en udsendelse om Dan Turèll, og i forbindelse med omtalen af en norsk film nævnes den danske film *Flammen og Citronen*.³⁴ Som i 2005 er der oplysninger om koncerter med internationalt kendte poporkestre, men Roskilde Festival er et særlig vigtigt emne denne uge.³⁵ Det er en klassiker i Skåne, og nu handler det både om et band og om, at svenske deltagere kan få betalt deres togbilletter til festivalen, for at det ikke skal blive for dyrt for dem at deltage med den dårlige svenske valuta. Atter kan man jo minde om

alle andre musikfestivaler, som findes i Danmark, som forbliver ukendte. Der er ligeledes en anmeldelse af en dansk popudgivelse.³⁶

Når det handler om annoncer, er der som i 2005 kun nogle enkelte. Der annonceres for et stort loppemarked i Bella Center, for påsketilbud på hotellerne Copenhagen Strand og The Square, for musicalen *The Phantom of the Opera* på Det Ny Teater og for restauranten Det lille Apotek.³⁷ Blandt rejseannoncer er der en, som tilbyder et par busture til Sjælland³⁸, og blandt jobannoncer om søndagen søger Danske Market en jurist.³⁹ Som i 2005 lader det stadig ikke til, at danskerne mener, at det er pengene værd at annoncere i den største vestsånske avis – hverken for varer, oplevelser eller ledige jobs.

I *Sydsvenskan* 2009 var den nationale vinkling, som var så karakteristisk for 2005, borte og dermed også den stereotype diskussion af det typisk danske over for det typisk svenske, som var et stort problem for en kreativ dialog over Sundet i 2005. Det skaber en bedre kommunikation og er derfor et godt resultat for regionudviklingen. Der er også en øget og bredere nyhedsdækning. Danmark drages i højere grad ind, når det handler om spørgsmål, som er aktuelle i Skåne, for dermed for at perspektivere det svenske. Af dette fører naturligt til, at nyhedsdækningen ikke knytter an til det, som er vigtigst i Danmark. Man lever altså stadig i to verdener med to adskilte offentlige debatter. Når det handler om kulturkommunikationen via avisen, er den stadig meget begrænset. Der er dog to små lyspunkter: udstillingen i Nikolaj og LDB FC Malmös kamp mod Skovlunde – ud over de oplysninger om popkoncerter, som også fandtes 2005. På annoncefrenten er udbyttet lige så magert som i 2005.

Man kan altså sige, at Danmark nu mere naturligt falder ind i en svensk nyhedsdækning uden at være vedhæftet et nationalt epitete, men når det handler om kulturkommunikation, er udbyttet stadig lille. Indsigt i, hvad man diskuterer, og hvad der er aktuel politik i Danmark, får den skånske læser heller ikke viden om. På de nye københavnsider kan man opdage små, nye ting i København, men intet sted i avisen udnytter man, at Skåne har en stor og kulturstærk hovedstad som nabo. *Sydsvenskan* er og forbliver at være en svensk provinsavis.

Dansk kultur i Lund

Kulturkommunikationen er lille i *Sydsvenskan*. Hvordan ser det ud, hvis man begiver sig ud i handelslivet i Lund? 6. marts 2009 besøgte jeg Gleerups for at undersøge, hvilke muligheder man ud fra deres store sortiment har for at blive orienteret om dansk kultur for siden at påbegynde en kreativ kulturkommunikation.

I den skønlitterære afdeling fandtes ingen bøger på dansk. Blandt krimierne fandt

jeg tre oversatte titler af to forfattere (to af Sara Blædel to og en af Leif Davidsen). Blandt anden litteratur fandt jeg fem danske forfattere oversat til svensk: Peter Høeg, Carsten Jensen, Iselin C. Hermann, Pia Tafdrup og Hanne Vibeke Holst. Af de første fire var der én titel, og af Holst tre titler. Høeg, Jensen, Tafdrup og Holst er i en svensk sammenhæng velkendte danske forfattere. Og bøgerne er heller ikke nyheder. Af Høeg har man den gamle *Frøken Smillas fornemmelse for sne*, og af Holst bl.a. de to bøger, som er blevet filmatiseret (*Kronprinsessen* og *Kongemordet*). Det nyeste og sidste bind i denne serie fandtes ikke på hylden. Den var endnu ikke oversat til svensk. Hermanns position i Sverige er jeg mere usikker på, hvorfor hun måske var den eneste overraskelse.

Jeg ledte videre efter Danmark på andre kulturhylder. Blandt kunstbøgerne kunne man kun få en bog om skagensmalerne skrevet af en svensker, blandt filmbøgerne var der en engelsksproget bog om Lars von Trier, på arkitekturhylderne fandtes én dansk forfatter, Steen Eiler Rasmussen, men med en teoretisk bog om arkitektur på engelsk. På madhylden fandtes intet om dansk mad ud over en bog om nordisk brændevin og sild – og der var ikke, fordi der ikke var mange kogebøger med udenlandsk mad at vælge imellem. Der fandtes ingen bøger om dansk historie – ud over en bog om Skånes danske historie under Skånelitteratur. På geografihylderne kunne man finde fire guidebøger om Danmark og fem små bøger om København og desuden en bog om kalkmalerier i Danmark. Jeg behøver næppe bemærke, at der var et betydeligt større udbud, når det handlede om Spanien, Italien, Frankrig og Storbritannien. I børneafdelingen fandtes heller ingen bøger på dansk. Blandt de oversatte børnebøger var der nogle få danske bøger: tre læseletbøger og tre af Lene Kaaberbøls populære bøger om Skammerens datter. Det var alt.

Det eneste sted i Gleerup, hvor man kunne få et lille billede af et kulturliv i Danmark var på de hylder, som knyttede an til universitetets studier i nordisk sprog, ved siden af hylder med fransk, tysk og spansk litteratur. Her fandtes 24 nye og gamle danske romaner af blandet indhold udvalgt af universitetets lærere til deres kurser. For de bogkøbere, som bevægede sig ned til den akademiske afdeling af forretningen, fandtes der dansk kultur. Disse danske bøger var dog ikke valgt ud efter aktualitet eller popularitet, men for at passe ind på et universitetskursus. Her kunne man f.eks. heller ikke få den nyeste bog af Hanne Vibeke Holst eller de aktuelle bøger om Blekingegadebanden.⁴⁰

Flere steder i forretningen sagde man, at årsagen til, at man ikke havde bøgerne, var, at det var for dyrt at tage dem til Lund. Det er billigere at tage til København og købe dem selv, sagde man. En sammenligning mellem de svenske priser på bøgerne til universitetskurserne og danske priser på www.gad.dk viste, at bøgerne var billigere i Sverige. Det økonomiske argument mod at tage bøgerne ind, som tog sit udgangspunkt

i kundens interesse, holder altså ikke. Det er derimod muligt, at det ville blive for dyrt for boghandleren, da ingen jo ved, om bøgerne ville sælge.

Gleerups var altså heller ikke stedet, hvor man begyndte en kulturkommunikation med det danske. Andre lande fik mere, ja, ofte betydelig mere plads på deres hylder, og Øresundsregionen virkede ikke-eksisterende. Man kunne blive bekræftet i den kulturkundskab, man allerede havde (Holst, Høeg, Jensen, skagensmalerne, von Trier og brændevin). Heller ikke ved hjælp af guide- eller geografibøgerne fik man hjælp til at bevæge sig ind i det omfattende kulturliv, som findes på den anden siden af broen. Gleerups indkøbspolitik passede godt med den ringe interesse, som kulturjournalisterne på *Sydsvenskan* viste den danske kultur.

Jeg fortsatte min shoppingtur til en filmbutik. Børne- og familiefilm er et vigtigt kulturområde for børn. Jeg har ikke undersøgt filmudbuddet af danske film for børn i de lundensiske biografer, men fra mit liv som forælder i Lund siden 1993 mindes jeg ikke, at der nogensinde har været en dansk børnefilm på repertoire. Dette betyder dog ikke, at lundensiske børn ikke kan have mødt dansk filmkultur. De har kunnet låne eller købe dvd'er. Jeg har derfor undersøgt udbudet af film i videobutikken Hemmakväll, som har tre butikker i Lund. Ved hjælp af forretningens hjemmeside får man let et overblik over, hvad man kan købe eller leje i Lund.⁴¹

Hos Hemmakväll ledte jeg 17. april 2009 efter danske film for børn, som havde haft premiere i perioden 2000–2008. Jeg medregnede ikke julekalendre som *Absalons hemmelighed*, Pyrus-julekalendrene og *Jesus og Josefine* og heller ikke udgivelser af børne-tv som *Kaj og Andrea* og *Bamse og Kylling*. Det er produkter, som er populære blandt danske børn og vigtige i en dansk børnkultur, men som sikkert er svære at importere, og som i al fald bør markedsføres på svensk tv først. Jeg kiggede udelukkende på spillefilm, og jeg har anvendt den danske filmdatabase (www.danskefilm.dk) for at få et overblik over den samlede filmudgivelse i de omtalte ni år. Jeg har medtaget såkaldte børne- eller familiefilm, men ikke komedier eller ungdomsfilm. Det bliver til totalt 33 film ud af en samlet dansk produktion på 188. Det vil sige, at 17,5 procent af danske film i perioden 2000-2008 rettede sig direkte til børn.

Af disse 33 film kunne man leje seks i Hemmakväll i Lund. Det handlede om den første film i serien *Min søsters børn* fra 2001, den første i serien *Far til fire (gi'r aldrig op)* fra 2005 og den første i serien *Tempelriddernes skat* fra 2006. I alle tre serier er der kommet yderligere to film, og tre af disse seks nyere film kunne bestilles som købefilm, men de kunne ikke lejes. Ud over disse kunne man leje *Ulvepigens Tinke* fra 2002, *Fakiren fra Bilbao* fra 2004 og *De Fortabte Sjæles Ø* fra 2007. Ud over de seks udlejningsfilm kunne man altså også bestille købefilm. Det drejede sig om de tre



Pressemøde 12 december 2006 for den anden film om Far til fire, Far til fire – i stor stil, bl.a. med Kasper Kesje, som spiller Lille Per.

nævnte opfølgere til udlejningsfilmene og dertil en film fra 2001, *Jolly Roger*.

Det var altså mindre end en femtedel af 2000-tallets danske børnefilm, som børn i Lund havde mulighed for at låne i april 2009. Det er tydeligt, at det ikke var udgivelsesåret, som bestemte, hvilke film Hemmakväll havde til udlån eller til salg. De nyeste film fandtes ikke i butikken heller ikke nye film i de eksisterende serier eller den første film i en ny serie om pigen Karla (*Karlas Kabala* og *Karla og Katrine*).

Det gælder altså også her, at Øresundsregionen står svagt. Når det handler om markedsføring af dansk film, virker den desuden til at være blevet svagere i de seneste år. De eksisterende film var relativt gamle, og man har bevidst undladt at følge serier eller påbegynde nye. Som med voksenlitteratur bliver det praktiske resultat af denne svage kulturkommunikationen, at mennesker – børn og voksne – på hver side af Sundet lever i hver sin kulturelle verden, hvilket mindsker antallet af samtaleemner og gør forståelsen for hinanden mindre. Siden er det klart, at børn omkring Øresund altid kan tale om amerikanske film, ligesom de voksne kan diskutere Dan Browns nyeste bog. Her står vi altså med et klassisk regionsproblem: Skal det være det engelske, som binder

Øresundsregionen sammen, eller skal vi lade den danske og svenske kultur mødes og berige hinanden?

Danmark hos unge studerende i Lund

Set under et kan man altså konkludere, at den skånske kulturelite har prioriteret kulturkommunikationen mellem dansk og svensk lavt. De har ikke ønsket at styrke regionen ved hjælp af kultur møder, ja, måske har de ikke set problemet. Man kan imidlertid forestille sig, at de unge ikke bekymrer sig om magteliten, men bruger regionen på sin egen måde. For at nærme mig dette gennemførte jeg også i marts 2009 en spørgeundersøgelse blandt unge studerende i Lund.⁴² Spørgsmålene handlede om, hvor mange gange de havde været i København/på Sjælland det seneste år, og hvad de gjorde, når de var i København – her måtte de tænke et par år tilbage. Det er meget muligt, at de huskede forkert, men jeg ville med disse spørgsmål få en fornemmelse af, hvad de ud fra egne erfaringer oplevede som en normal måde at anvende det danske på. Jeg nævnte eksplicit mange forskellige muligheder for at stimulere dem til at tænke bredt. Det handlede om at gå i forretninger, høre på musik, gå på museum, lytte til et foredrag, gå i teatret, i operaen, til ballet eller i biografen, gå på restaurant, drikke øl, se på eller deltage i sportsbegivenheder, tage til børnearrangementer, i Tivoli eller på Bakken. Jeg spurgte, om de havde set byen eller været uden for København, og om de havde besøgt byen med arbejde eller med en forening, og om de havde besøgt venner der. Til sidst spurgte jeg, om de anvendte dansk kultur i Skåne eller så på dansk tv.

Jeg fik ind 51 svar på mit spørgeskema. Det handlede om mænd og kvinder mellem 18 og 32 år. Af disse var der kun fire mænd, som skrev, at de ikke havde været i København det sidste år. De resterende 47 havde været over broen. Det oplever jeg som et udtryk for, at Øresundsregionen fungerer. Der er næppe et andet land, som en så stor del af en gruppe har besøgt i løbet af det sidste år. Og man finder næppe samme tal hverken for Stockholm eller Göteborg.

Spørgsmålet er nu, hvor ofte de rejste over og hvorfor. 19 angav, at de havde været over 1 eller 2 gange, mens 19 havde været der mellem 3 og 5 gange. To har ikke angivet antallet, og desuden er der fire, som havde været der 6–10 gange, og tre, som har været der mere end 10 gange, en af disse havde arbejdet i København. Det mest normale er altså, at man har været i København et færre antal gange op til fem, men for de fleste handler det om mere end ét besøg pr. år.

Hvad lavede de så, når de var i København? Hvilken betydning havde deres besøg for kulturkommunikationen i regionen? Det mest populære at gøre i København var



at shoppe. 36 af de 51 havde shoppet, da de inden for de seneste par år havde været i København, og de havde især købt tøj, men også mad, alkohol, kunst, sko, cigaretter, cd'er, bøger, 'prylar', souvenirs, 'tillugg' og sodavand. Det, at tøj fylder mere end alkohol, kan måske forklares med, at det er en yngre gruppe, som jeg har spurgt, men samtidig viser det også, at det ikke nødvendigvis er de billigere priser, som trækker. Det kan også være det, som er anderledes, eller fordi udbuddet på nogle ting er større i København. Den dyre danske krone virkede ikke til at have holdt de unge tilbage.

At handle er noget man kan gøre i alle byer, uanset om man kan sproget eller forstår kulturen. Mødet mellem kunde og sælger fungerer næsten altid. Man har en forhåndsviden, som gør, at man kan gebærde sig i f.eks. tøjbutikker. Når det handler om at tage det lige så store kultu-

relle udbud, som findes i storbyen København, til sig, stiller det straks andre krav om både sproglig og kulturel indsigt. Det er da også tydeligt, at det ikke var kulturprodukter, de unge købte, ud over en, som købte cd'er og bøger.

Hvordan udforskede de unge så kulturlivet i København? Hvad trak mest? Svaret overrasker næppe. Det mest populære var Tivoli og Bakken: 21 angav, at de havde været der. Ikke langt derefter kommer to andre kulturområder. 17 personer havde hørt musik, og 17 havde været på museer. Herefter kan man nok sige, at den kulturelle interesse hører op. Fire havde været til foredrag, to havde været i teatret, en i biografen, en i operaen, og tre havde været til en sportsbegivenhed, hvoraf den ene også selv havde deltaget.

Når det handler om musik, var det koncerter i Vega, på Christiania, i Tivoli, til Roskilde Festival, i KB-Hallen, på Stengade, på The Rock og på caféer og restauranter, hvor man havde spillet musik. Når *Sydsvenskan* nævner fremtidige koncerter passer det godt med den måde, unge mennesker bruger regionen på. Nogle giver udtryk for, at musikken var meget vigtig for deres liv i regionen. De skriver, at de er til koncert, hver gang

de er over broen, at de havde været til koncert fire gange, eller at de havde hørt hiphop fra USA, lokalt jazz, funk eller soulartister. Det er ofte svært at afgøre, om det var internationale artister, de lyttede til sammen med danske unge, eller om de også havde nærmet sig den levende danske musikscene. Det havde krævet yderligere spørgsmål for at kunne svare på det. Til mit spørgsmål om de er forbrugere af dansk kultur i Lund, er der dog fire, som svarer, at de lytter til dansk musik.

Det lader til, at museumsbesøgene højere grad har handlet om et eller to besøg de seneste år. Det er imidlertid mange forskellige museer, som har haft svensk besøg. Fem havde besøgt klassikeren Louisiana, men så mange som fire havde været på Arbejdermuseet, som det øjensynlig er lykkedes for at markedsføre sig i Skåne, således at det kom før endnu en klassiker, nemlig Glyptoteket, som tre havde besøgt. Københavns Bymuseum, Kunstindustrimuseet, Nationalmuseet, Statens Naturhistoriske Museum, H. C. Andersens Hus, Teknisk Museum og Tøjhusmuseet havde alle haft besøg. Man kan altså sige, at København virker til at være en by, man går på museum i, selvom der stadig er et utal af museer, som ikke er med, og mest tydeligt er det måske, at museer uden for København kun optræder i mindre omfang.

De mindre populære kulturmaal kan føre mig over til overvejelser over, hvilke kulturtilbud de unge ikke benyttede. De tre idrætsinteresserede havde set fodbold, i al fald en af dem i Parken, og man kan jo forstille sig, at det er en kamp mellem Danmark og Sverige, men det kan selvfølgelig være andre danske landskampe eller kampe med FC København. I al fald er det klart, at der er et enormt udbud af sportsarrangementer på den vestlige side af Sundet. Her ligger nogle af verdens bedste håndboldklubber og Nordens måske bedste fodboldklub (FCK) og for badmintonspillere er Danmark en europæisk guldgrube, for blot at nævne nogle. Det er sport og klubber, som fylder meget i den almindelige danske samtale. Her modsvarer de unges rejsemønster godt den manglende interesse for dansk sport, som vi mødte i *Sydsvenskan*.

Der var én, som havde set en film, og det var en tyrkisk film, som ikke vistes i Syd-sverige. Det er klart, at udbuddet af udenlandsk film er meget større i København end i Malmö/Lund, hvilket kunne have trukket flere unge mennesker til København. Det er desuden karakteristisk, at kun én havde været i teatret, og ingen havde set danske film. Kulturelle oplevelser, som knytter sig til ord, var ikke populære. Dette store felt i en national kultur opsøgte ikke af de unge – også her faldt deres handlemønster godt i tråd med kulturarbejdernes i regionen. At opera og ballet ikke havde så mange tilhængere, kan måske forklares med, at det ikke tilhører det kulturelle udbud, som unge mennesker normalt tager til sig.

De unge tog altså mest til København for at shoppe (og ikke i så høj grad kultur-

produkter), men også i noget mindre grad for at høre på musik, gå på museer og tage i Tivoli og på Bakken. Bortset fra musikken er dette måske normal turistopførsel, selvom man ikke skal underkende museumsbesøgenes betydning for kulturkommunikationen. Der er imidlertid store dele af det danske kulturliv, som de unge ikke tog del af, og det er i høj grad den del, som er udtrykt på dansk (bøger, teater, film). En storby som København kan trække verdensstjerner til sig på en måde, som Lund aldrig ville kunne, og det lader til, at de unge har en klar fornemmelse for netop det – muligheden for at følge det specielt danske fanger dem imidlertid ikke i samme grad.

Var der andet som var attraktivt i København? Ja, 45 af de adspurgte siger eksplicit, at de har spist på restaurant eller drukket en øl på en bar i København. Nu skal man jo spise hver dag, men ud fra spørgeskemaerne kan man sige, at den normale tur til København indebar, at man købte ind og spiste og/eller drak øl. Siden var der temmelig mange, som rejste over for at besøge venner og familie. 21 af de adspurgte siger, at de ofte besøgte venner og familie. Det er måske kendetegnende for Øresundsregionen: at flere læser eller arbejder i København, så man har venner og familie, man kan besøge, hvilket også kan forklare, hvorfor de unge har været over broen så relativt mange gange.

Når det handler om, hvorvidt de kender København eller Sjælland i det hele taget, så er det karakteristisk, at netop Nørrebro, hvor bandekrigen udspillede sig, og Christiania var kendte områder i byen, begge nævnes direkte af fem af de tilspurgte. Ud over dette findes der kun en enkelt omtale af Østerport, Strøget og Fredriksberg. Man har muligvis set en del af København, men ved øjensynlig ikke rigtigt, hvor man har været. Når det handler om Sjælland var kendskabet heller ikke overvældende stort. Der er enkelte omtaler af Helsingør, Humlebæk, Roskilde og Brøndby, foruden Lalandia. Det lader til, at de adspurgte unge mennesker først og fremmest har besøgt København.

Når det handler om at bruge dansk kultur i Lund siger 28, det vil sige godt halvdel, at de ser dansk tv. For de fleste drejer det sig om film eller serier, men nogle enkelte siger, at de ser nyheder, vejret, et dokumentarprogram, kulturprogrammer, et morgenprogram og dækningen af det amerikanske valg. Og desuden er der to, som følger et program for børn og unge om spil og computerspil, *Troldspejlet*. 21 bruger danske kulturprodukter, og det handler om musik, internettet, serier, film, pølser (4 stk.), mad, øl og syltetøj. Kun en siger, at han eller hun læser dansk litteratur.

Unge mennesker er en mobil gruppe og en gruppe, som man kan forestille sig træffe sine egne valg uafhængig af, hvad man plejer at gøre, eller hvad alle andre siger. De brugte da også regionen aktivt, men jeg synes på trods af dette, at der er overensstemmelse mellem de unges handlinger og det, svenskere plejer at lave, når de er i Danmark/i udlandet, og desuden det, kulturarbejderne i Lund stod for. Det nye og mere hver-

dagsnære er, at de så tydeligt udnyttede de musikalske tilbud i København og desuden havde venner og familie i København.

Danmark i skånsk turistmateriale

Ansatte inden for turistsektoren står for en dialog mellem tilrejsende og værter i Skåne, og deres materiale er derfor både et resultat af en kulturkommunikation, og det kommunikerer også mere bevidst end de andre kilder, jeg har anvendt, selv kultur. For at nærme mig en forståelse af det danske i disse dele af den skånske medieverden har jeg undersøgt et turistmæssigt produkt, som direkte henvendte sig til danskere, nemlig *Skåneavisen*, som jeg fik gennem mit abonnement på *Politiken*. På forsiden af dette turistmateriale står der, at det en avis om dine (dvs. danskernes) naboer i Skåne og Malmö.⁴³ Hvad siger en sådan rettet reklame mod potentielle danske turister om kulturkommunikationen i regionen?

Det, man ville sælge til danskerne, var i overvejende grad naturen i Skåne. Det handler altså egentlig ikke om det påståede møde mellem naboer, men om at tilbyde danskerne mere tid til sig selv og sin familie eller venner i afslappende omgivelser. Det handler om dyreparker, om naturen set fra en kano, en hesteryg, eller mens man vandrer. Det handler om haver og om restauranter og hoteller, som ligger ude i naturen. Også når man nævner kulturprodukter som Hallamölla og Christinehof er det naturen, som står i centrum i beskrivelsen i avisen. Ved siden af naturen var det de billige varer, som skulle trække danskerne til Skåne. Der er afsat meget lidt plads til de skånske byer. Der er kun nogle korte beskrivelser af Lund og Kristianstad. Og til sidst nævnes et antal happenings i Skåne, f.eks. beachvolley i Åhus.

De, som har lavet dette materiale, har arbejdet ud fra en forståelse af danskernes interesse og af det danske. De ved uden tvivl, at Sverige i Danmark er kendt for sin natur, hvilket man spiller på. Man vil sælge Skåne som en del af det naturskøne Sverige, som danskerne kender. Man vil derimod ikke sælge skåningerne – måske bortset fra, når de sælger deres gode mad eller viser deres haver frem. Man forsøger altså ikke at skabe et kulturmøde med sit materiale. Man kunne have solgt kulturoplevelser som museer, byer, kirker, teater, musik osv., men det gør man ikke. Og man kunne have solgt regionens historie, som jo er der, hvor Skåne og Danmark kan mødes, eller man kunne have solgt de miljøer, hvor skåningerne selv bor og lever. Det gør man ikke.

Anledningen er sikkert, at man ikke tror, det kan sælge, men havde man kendt til dansk historie eller det danske kulturlandskab eller den brede danske interesse for kultur, havde man måske indset, hvor meget ud over en kanosejlads, Skåne har at til-



byde danskerne. Man behøver bare tænke på de mange danske busser, som kørte til Lunds Domkirke efter broens åbning, for at indse, at kulturturisme betyder en del i Danmark. Denne indsigt har reklamemagerne ikke. Deres modtagerbevidsthed bygger på en enkel kulturkommunikation. Den eneste idé om det danske, som er nået frem, er danskernes interesse for natur – og deres almenmenneskelige ønske om at spare penge. En tredje rød tråd gennem reklameavisen er, at Skåne er et madens landskab, men de madglade danskere kræver nok mere end en røget ål og 'spettekaka' for at blive imponeret. I stedet for at rette interessen mod det specielt danske anvender man her snarere den reklameform, som trækker den mere velkendte stockholmske turist til Skåne.

Reklamematerialet tyder også på en svag kulturkommunikation, men samtidig også en klar interesse for at få danskere til Skåne. Det lykkes sikkert, men følgen af den svage kommunikation er, at mange muligheder forbliver uudnyttede, hvor den største set i et regionsperspektiv er alle de udeblevne kultur møder. Følger danskerne opfordringerne i *Skåneavisen* er der stor risiko for, at de kommer i kontakt med flere elge og vildsvin end skåninger.

Konklusion

Jeg har med denne analyse villet give et indblik i, hvordan den kulturelle kommunikation over Øresund så ud fra en sydsvensk horisont i foråret 2009. Blikket her altså været svensk, men jeg håber, at artiklen kan inspirere til lignende undersøgelser af det danske møde med Sverige. Analysen viser visse særtræk i kommunikationen i 2009, ni år efter broens åbning. Ud fra min spørgeskemaundersøgelse blandt unge lundensiske studerende får man indtryk af, at der faktisk rejstes meget til København, hvilket betyder den indledende oplevelse fra fritidsklubbens udflugt til København. København og Skåne er for mange blevet integreret på en sådan måde, at det er nemt at bevæge sig ret frit i regionen også bare på dagture. Det er også interessant, at ganske mange af de unge tog til København for at besøge venner og familie, hvilket yderligere understreger det hverdagsagtige i kontakterne over broen. Dette kan hænge sammen med, at flere skåninger læser og arbejder i København. Dette er også en vigtig del af den nye region.

Når man ser på det, der står om Danmark i hovedavisen i Sydvestskåne, *Sydsvenskan*, er det også karakteristisk, at det er et relativt stort dansk nyhedsstof, som præsenteres uden en national tone, men dog oftest, når det danske passer ind i en svensk debat eller følger svenske behov, og langt fra i samme mængde som det svenske i avisen. Uden de nationale stereotyper åbnes der også for en noget bedre fungerende kommunikation i regionen.

Man skriver ofte, at bevægelserne i regionen er styret af økonomien, men af spørgeskemaundersøgelsen fremgår det, at det for de unge mennesker ikke kun var prisen, som var vigtig. Det var også det større udbud i København, som trak. Det er altså en regionsintegrerende faktor, som kan virke uafhængig af, hvordan forholdet er mellem den danske og svenske krone. Det kan skabe mere stabile bevægelser over Sundet og dermed en stærkere region. Indsigten om et større eller måske snarere et anderledes udbud i København er en indsigt, som burde kunne overleve forandringer i valutakurser.

Det, der derimod stadig var et stort problem i regionen år 2009, er manglen på en bredere kulturel og politisk kommunikation. Det vil sige kundskaben om, hvad der egentlig sker på den anden side af Sundet: Hvilke kulturelle og politiske debatter optager danskerne, hvilke nye bøger læser de, hvilke nye film ser de, eller hvilke nye kunststillinger besøger de? – for blot at nævne noget. Hverken det kulturelle eller politiske samfundsliv præsenteres i skånske medier, og man kan ikke købe sig til den viden hverken i boghandlere eller videobutikker. Der gives heller ikke boglige redskaber til at udvikle en viden om københavnsk og sjællandsk geografi. Det er altså ikke

underligt, at København kun er København (og ikke mindre bydele) i den lundensiske fritidsklub, hvordan skulle den næsten være andet.

Af både *Sydsvenskan* og spørgeskemaundersøgelsen fremgik det, at indsigten om, hvad der skete i København, var størst på musikområdet. Det kan gælde også for ældres interesse for klassisk musik eller opera – men det siger mit materiale intet om. Men alle andre danske kulturyttringer havde svært ved at trænge igennem i Sverige. Og her er det vigtigt at indse, at det danske ikke selv kæmpede for at selv komme hertil, i al fald satsede man ikke på annoncer i avisen. Der må skåninger med en øresundsinteresse til for at hjælpe med transporten over Sundet. Det kan være en kulturjournalist, en bogindkøber eller den, som bestemmer udvalget af børnefilm i videobutikken. Og ingen af disse har i mit materiale arbejdet for at fremme den dansk-svenske kulturkommunikation. Dansk film er von Trier og dansk litteratur Hanne Vibeke Holst. Og København er København.

Man kan sige, at det ikke er vigtigt, og kun noget, der kan ophidse en dansker i Skåne. Det er rigtigt så langt, at det nok kun er en dansker, som ser, hvor meget der går de skånske næser forbi. Det, man ikke kender, savner man ikke. Det vigtige er imidlertid, at denne begrænsede kulturkommunikation er en vigtig karakteristik af Øresundsregionen i dag. Regionen eksisterer i visionen, og når mennesker i stort antal rejser over broen, men der er en mærkelig ubalance mellem de mange mennesker, som rent fysisk bevæger sig over broen, og den lille mængde af dansk kultur, som finder vej over samme bro. For en person, som bor og arbejder i Lund, kan København stadig være langt væk, og Øresundsregionen ikke særlig levende

Øresundsbroen findes, og mennesker bruger den. På den måde er der ingen tvivl om, at Øresundsregionen findes og er stærkere end nogensinde, men som en kulturkommunikerende region er den altså ganske usynlig. Dette skaber flere problemer. Der er et stort udbud af kultur og debat, som skåningerne ikke får glæde af, og som, hvis det blev udnyttet, ville gøre regionen mere alsidig. Dette ses meget konkret i de salgsmuligheder, som forbliver uudnyttede i det skånske turistmateriale. En god kulturkommunikation i dag vil også styrke den fremtidige dialog over Sundet – en dialog, som kan blive til virkelighed, når danskerne er blevet trætte af at padle i kano, og svenskerne har købt tilstrækkeligt med tøj. Til den tid kan danskere og svenskere måske begynde at diskutere film, politik, litteratur, kunst og sport. Det kan skabe et fællesskab, som ikke kun bygger på, at vi forstår hinanden sprogligt, men også har noget at tale om. Et sådant transnationalt møde kan skabe et kreativt miljø, hvor nye idéer kan opstå. Og sidst, men ikke mindst vil det føre til, at man kan foretage rimelige bedømmelser af, hvad der sker på den anden side af Sundet, og ikke lade sin angst for det ukendte bremse handle-

kraften. Man kan sammen med en masse københavnere se på verdens højeste mand eller tykkeste kvinde på Strøget, også selvom banderne skyder på hinanden på Nørrebro.

Noter

1. Hanne Sanders, »Øresundsregionen i avisen. Danmark i *Sydsvenska Dagbladet* 1895–2005«, *Øresundsgränser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum*, red. Fredrik Nilsson, Hanne Sanders & Ylva Stubbergaard, Göteborg & Stockholm 2007, s. 179–220.
2. Hanne Sanders, *Nyfiken på Danmark – klokare på Sverige*, Göteborg & Stockholm 2006, s. 58–66; Sanders, »Øresundsregionen i avisen«; Hanne Sanders, *Efter Roskildefreden 1658. Skånelandskapen och Sverige i krig och fred*, Göteborg & Stockholm 2008.
3. *Invoking a Transnational Metropolis. The Making of the Øresund Region*, red. Per Olof Berg, Anders Linde-Laursen & Orvar Löfgren, Lund 2000; *Øresundsbron på uppmärksamhetens marknad. Regionbyggare i evenemangsbranschen*, red. Per Olof Berg, Anders Linde-Laursen & Orvar Löfgren, Lund 2002; Fredrik Nilsson, *När en timme blir tio minuter, En studie av förväntan inför Øresundsbron*, Lund 1999; Jesper Falkheimer, *Att gestalta en region. Källornas strategier och mediernas föreställningar om Øresund*, Göteborg & Stockholm 2004; Richard Ek, *Øresundsregion – bli till! De geografiska visionernas diskursiva rytmer*, Lund 2003; Markus Idvall, *Kartors kraft. Regionen som samhällsvision i Øresundsbrons tid*, Lund 2000.
4. Øresundskomiteens hjemmeside: www.oresundskomiteen.dk.
5. Dette ses i den forskning, som er udgået fra denne praktiske regionsforståelse. Se f.eks. Sanders, *Nyfiken på Danmark*, s. 58–66; Sanders, »Øresundsregionen i avisen«; Jens Lerbom, »Flyttare, flyktningar, återvändare. Migration i gränsområdet kring Øresund under 1600-talets andra hälft«, *Øresundsgränser*, s. 116–141; Fredrik Nilsson, »Nationalitet och landegränser er os lige gyldige! En studie av ungsocialister och gränsöverskridande vid tiden kring 1900«, *Øresundsgränser*, s. 142–178; Markus Idvall, »Sticka ut, snedda, gå till. Hur fritidsseglare gör Øresundsregionen«, *Øresundsgränser*, s. 369–402; www.oresundsfolk.se. I bogen *Flytande gränser. Dansk-svenska kulturella förbindelser efter 1658*, red. Anders Palm & Hanne Sanders, Göteborg & Stockholm, kommande 2010 diskuteres Øresundsregionen i løbet af 1800 og 1900-tallet ved at følge et antal meget forskellige kontakter over Øresund.
6. *Forskellige mennesker? Regionale forskelle og kulturelle særtræk*, red. Inge Adriansen & Palle Ove Christiansen, Ebeltoft 2003; Peter Sahlins, *Boundaries. The Making of France and Spain in the Pyrenees*, Berkeley 1989.
7. *Sydsvenskan* (SDS) 9. marts 2009, s. A3.
8. *SDS* 12. marts 2009, s. A19.
9. *SDS* 13. marts 2009, s. B16.
10. Se f.eks. *SDS* 9. marts 2009, s. C24.
11. Senere har man ændret lidt på dette og lavet en dansk afdeling på næstsidste side med radio og tv.
12. *SDS* 12. marts 2009, s. A5.
13. *SDS* 11. marts 2009, s. A13.
14. *SDS* 11. marts 2009, s. A21.
15. *SDS* 13. marts 2009, s. A13.
16. *SDS* 14. marts 2009, s. A13.
17. *SDS* 14. marts 2009, s. A7.
18. *SDS* 15. marts 2009, s. A10; 10. marts 2009, s. A19.
19. F.eks. *SDS* 12. marts 2009, s. A33.
20. *SDS* 11. marts 2009, s. A4; 13. marts 2009, s. A11; 15. marts 2009, s. A12.
21. *SDS* 11. marts 2009, s. A1, A8–9; 15. marts 2009, s. A14.
22. *SDS* 12. marts 2009, s. A5.
23. *SDS* 11. marts 2009, s. A18.
24. *SDS* 9. marts 2009, s. A8–11.
25. *SDS* 12. marts 2009, s. A24–25.
26. *SDS* 11. marts 2009, s. A6.
27. *SDS* 14. marts 2009, s. A 29.

28. SDS 11. marts 2009, s. C8; 12. marts 2009, s. C10.
29. SDS 9. marts 2009, s. C20.
30. SDS 9. marts 2009, s. C21.
31. SDS 9. marts 2009, s. C21.
32. SDS 9. marts 2009, s. B4.
33. SDS 12. marts 2009, s. B5.
34. SDS 10. marts 2009, s. B8; 12. marts 2009, s. B2; 13. marts 2009, s. B11, B40.
35. SDS 9. marts 2009, s. B3; 10. marts 2009, s. B3; 13. marts 2009, s. B3; 14. marts 2009, s. B9.
36. SDS 11. marts 2009, s. B7.
37. SDS 11. marts 2009, s. B20; 12. marts 2009, s. B16; 13. marts 2009, s. B25; 15. marts 2009, s. B20.
38. SDS 11. marts 2009, s. B 18; 15. marts 2009, Søndag, s. 38.
39. SDS 15. marts 2009, s. A25.
40. Det kan være interessant her at påpege, at Gleerups efter mit besøg har flyttet alle 'kursböcker' til en særlig boghandel, hvorfor den mulighed, som trods alt fandtes i marts 2009, for at en normal læser skulle havne på danskhylden, nu er borte.
 41. Hemmakvälls hjemmeside er www.hemmakvall.se.
 42. Enkät om kulturrörelser i Öresundsregionen mars 2009. Såvel spørgeskemaundersøgelse som svar findes hos forfatteren.
 43. *Skåneavisen*, annonceindstik fra Skånes turistbranche, nr. 1 2009.

Referencer

Kilder

Skåneavisen, annonceindstik fra Skånes turistbranche, nr. 1 2009

Sydsvenskan (SDS) 9.–15. marts 2009

Enkät om kulturrörelser i Öresundsregionen mars 2009 (51 svar, findes hos forfatteren)

www.danskefilm.dk

www.gad.dk (april 2009)

www.hemmakvall.se (17. april 2009)

Besøg i Akademibokhandeln Gleerups 6. marts 2009

Litteratur

Ek, Richard, *Öresundsregion – bli till! De geografiska visionernas diskursiva rytm*, Institutionen för kulturgeografi och ekonomisk geografi, Lunds universitet, Lund 2003

Falkheimer, Jesper, *Att gestalta en region. Källornas strategier och mediernas föreställningar om Öresund*, Centrum för Danmarksstudier 4, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm 2004

Flytande gränser. Dansk-svenska kulturella förbindelser efter 1658, red. Anders Palm & Hanne Sanders, Centrum för Danmarksstudier 25, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm, kommande 2010

Forskellige mennesker? Regionale forskelle og kulturelle særtræk, red. Inge Adriansen & Palle Ove Christiansen, Skippershoved, Ebeltoft 2003

- Idvall, Markus, *Kartors kraft. Regionen som samhällsvision i Öresundsbrons tid*, Nordic Academic Press, Lund 2000
- Idvall, Markus, »Sticka ut, snedda, gå till. Hur fritidsseglare gör Öresundsregionen«, *Öresundsgränser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum*, red. Fredrik Nilsson, Hanne Sanders & Ylva Stubbergaard, Centrum för Danmarksstudier 14, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm 2007, s. 369–402
- Invoking a Transnational Metropolis. The Making of the Øresund Region*, red. Per Olof Berg, Anders Linde-Laursen & Orvar Löfgren, Studentlitteratur, Lund 2000
- Lerbom, Jens, »Flyttare, flyktingar, återvändare. Migration i gränsområdet kring Öresund under 1600-talets andra hälft«, *Öresundsgränser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum*, red. Fredrik Nilsson, Hanne Sanders & Ylva Stubbergaard, Centrum för Danmarksstudier 14, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm 2007, s. 116–141
- Nilsson, Fredrik, »'Nationalitet og landegränser er os lige gyldige'. En studie av ungsocialister och gränsöverskridande vid tiden kring 1900«, *Öresundsgränser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum*, red. Fredrik Nilsson, Hanne Sanders & Ylva Stubbergaard, Centrum för Danmarksstudier 14, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm 2007, s. 142–178
- Nilsson, Fredrik, *När en timme blir tio minuter. En studie av förväntan inför Öresundsbron*, Historiska Media, Lund 1999
- Sahlins, Peter, *Boundaries. The Making of France and Spain in the Pyrenees*, University of California Press, Berkeley 1989
- Sanders, Hanne, *Efter Roskildefreden 1658. Skånelandskapen och Sverige i krig och fred*, Centrum för Danmarksstudier 17, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm 2008
- Sanders, Hanne, *Nyfiken på Danmark – klokare på Sverige*, Centrum för Danmarksstudier 13, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm 2006
- Sanders, Hanne, »Öresundsregionen i avisen. Danmark i Sydsvenska Dagbladet 1895–2005«, *Öresundsgränser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum*, red. Fredrik Nilsson, Hanne Sanders & Ylva Stubbergaard, Centrum för Danmarksstudier 14, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm 2007, s. 179–220
- Öresundsbron på uppmärksamhetens marknad. Regionbyggare i evenemangsbranschen*, red. Per Olof Berg, Anders Linde-Laursen & Orvar Löfgren, Studentlitteratur, Lund 2002
- Öresundsgränser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum*, red. Fredrik Nilsson, Hanne Sanders & Ylva Stubbergaard, Centrum för Danmarksstudier 14, Makadam förlag, Göteborg & Stockholm 2007
- www.oresundskomiteen.dk
- www.oresundsfolk.se