

”Vi Kan – gå, se og lær”



Masteroppgave i historie av Geirr Olav Gram  
ved Institutt for arkeologi, konservering og historie,  
Humanistisk fakultet, Universitetet i Oslo, våren 2007.

Bildet på forsiden er plakaten for utstillingen tegnet av Harald Damsleth. Bilde: Lange 1998.

## Forord

Emnet for oppgaven kombinerer to av mine interessefelt: Oslo og mellomkrigstiden. Vi kan-utstillingen var et emne som hadde mange tema, og dette var den viktigste grunnen til å skrive om en utstilling. Her fikk jeg også mulighet til å bruke et kulturanalytisk perspektiv. Emnet egnet seg godt til å lære mer om 1930-tallet som periode og Oslo som sted.

Det er mange som må takkes for å ha bidratt og vist interesse for denne oppgaven. Jeg må særlig takke min veileder professor Knut Kjeldstadli for god oppfølging hele tiden. Med både faglige råd og moralsk støtte har han drevet meg fremover i arbeidet.

Takk til de ansatte på kontoret til Oslo håndverks- og industriforening (OHIF) som lot meg få adgang til arkivet etter Vi kan-utstillingen. Dette kildematerialet har vært avgjørende for oppgaven, og for en historiestudent har de støvete mappene vært en opplevelse. Jeg har satt stor pris på at de ansatte i OHIF har vist interesse for min oppgave.

Studiemiljøet på historie er svært aktivt med flere foreninger. Jeg satt i to år i Fagutvalget på historie, ett av dem som leder. Her arrangerte vi studieturer til Berlin, Roma og København, men også til Østfold som ”en reise gjennom produksjonsfasene”. Det var minner for livet. En stor takk går til redaksjonen i studenttidsskriftet Fortid som har vært et fantastisk miljø for meg som har en allsidig historieinteresse. Det gir gode perspektiver på eget arbeid å skrive og arbeide med andre deler av faget. Takk til kollokviegruppen for teori og metode som har bestått av Astrid Dypvik, Håkon Evju, Alexander Kempton, Hilde Reinertsen og Kerstin Bornholdt. Her har det vært rom for å diskutere teoretiske klassikere, og til å utveksle interessante ideer fra hverandres arbeid. Takk til Thor Indseth, Øivind Kopperud og Christine Myrvang som har lest og kommentert manus, og tilført oppgaven nye perspektiver. Og en stor takk til mine foreldre og min bror Tor Audun som alltid har støttet meg underveis.

Jeg var også heldig som fikk tildelt studentstipend fra både Norsk lokalhistorisk institutt og fra Osloforskning. Takk til begge institusjoner som mente at en utstilling i Oslo var verdt en undersøkelse.

Geirr Olav Gram

Blindern, 04.05.07

# Innhold

Kapittel 1 Innledning.....	1
Hypoteser.....	3
Forskningslitteratur og Vi kan-utstillingen.....	4
Utstillingshistorie og utstillingsideologi.....	8
Optimismens utstillinger under depresjonen.....	10
Vi kan-utstillingen som en del av en bred utvikling.....	13
Et ledd i transformasjonen.....	15
Et redskap for økt forbruk, fritid og saklighet.....	16
Forskningsrelevans.....	18
Tre former for modernisme.....	19
Et kulturhistorisk perspektiv.....	20
Kilder og kildeteoretiske utfordringer.....	24
Disposisjon.....	26
Kapittel 2 Et tiltak i krisetid.....	29
En kostbar plan ved krisens nullpunkt.....	30
Planen skapte begeistring.....	31
Byens fremste menn tok styringen.....	33
Fra landsutstilling til Oslo-utstilling.....	34
Klassifikasjon i arrangørens interesse.....	37
En moderne utstilling.....	39
Økonomisk og politisk støtte.....	41
Hegemoni.....	43
Kriseforståelsen skapte utstillingstanken.....	45
Konklusjon.....	47
Kapittel 3 Funksjonalisme til pynt.....	49
Arkitektur som debatt og praksis.....	52
Brukskunst ble presset.....	54
Symboler som splittet.....	59
Symboler som samlet.....	61
Arkitektenes ambisjon om helhet.....	62
Moderne bygg.....	65
Konklusjon.....	71

Kapittel 4 Feiring av forbruk.....	73
"Kjøp norsk" som instruksjon.....	74
Mellom næringsinteresser og nasjonale interesser.....	77
"Kjøp norsk" som underholdning.....	83
"Kjøp norsk" som tiltak for hygiene.....	90
Mellom husmødre og mannequiner.....	92
Både deltaker og tilskuer.....	96
Fremskrittfortellingen.....	99
Håndverket i opposisjon.....	101
Moderne opplevelser.....	104
Konklusjon.....	105
Kapittel 5 "Vi" på utstilling.....	107
Lokalidentitet i Oslo.....	108
Tre konstruksjoner for Oslo.....	109
Oslo skaper konflikt.....	111
"Jeg vil bli til noe".....	113
Samarbeid for en ny identitet.....	115
Politisk agitasjon.....	118
Bolighygiene for Osloidentitet.....	122
Den pulserende byen for det nye mennesket.....	127
"Utstillingssommeren".....	130
Konklusjon.....	131
Kapittel 6 Konklusjon.....	132
Samarbeid for et borgerlig hegemoni.....	135
Litteratur.....	139
Kilder.....	145
Biografiske opplysninger.....	147



# Kapittel 1 Innledning

*”Vi Kan” – gå, se og lær*  
*Aftenposten 13.07.38*

Sommeren 1938 var det klart for ”Vi kan”-utstillingen i Frognerkilen i Oslo. På et stort og langstrakt utstillingsområde langs sjøen skulle Oslo vise at ”vi kan” i den nye, moderne tid. ”Vi” var fellesskap og ”kan” var prestasjonsnivået i håndverk, industri og sosialpolitikk. Utstillingen viste nye forbruksvarer og velferdstilbud, og skulle være et tegn på samarbeid mellom arbeid og kapital. Næringslivet i byen samarbeidet om utstillingen med Oslo kommune som da var styrt av Arbeiderpartiet. I hovedstyret satt lederne for Arbeidernes faglige landsorganisasjon og Norsk arbeidsgiverforening. Rune Slagstad skriver derfor at utstillingen uttrykte en ny nasjonal habitus.<sup>1</sup>

Vi kan-utstillingen var et politisk motivert og ideologisk preget tiltak for å motvirke den økonomiske og sosiale krisen på 1930-tallet. Historiografien om Vi kan-utstillingen viser at den var preget av ideologi.<sup>2</sup> Mest tydelig er dette hos Svein Ivar Angell som mener utstillingen var et uttrykk for nasjonal klasseforsoning.<sup>3</sup> Utstillingen ble til gjennom meningsutvekslinger mellom arrangører, deltakere, tilskuere og presse. Denne prosessen kan betegnes som en slags forhandlinger. Slik fikk utstillingen en flertydig mening for arrangører, deltakere og tilskuere der ulike ideologier kunne opptre side om side. Budskapet om forbruk og velferd ble i stor grad iscenesatt som den nye sakligheten. Tanken om samarbeid ble av aktørene relatert til forholdet mellom arbeid og kapital, og en ny lokalidentitet i Oslo som skulle oppheve sosiale skiller. Vi kan-utstillingen rommet ikke bare ett moderniseringskonsept, men flere på samme tid. Utstillingen sprang ut av krisen, og inkorporerte utviklingstrekk som peker mot etterkrigstiden.

I de verste kriseårene var Norge preget av fallende omsetning, gjeldskrise, konkurser og arbeidsledighet.<sup>4</sup> I 1932 foreslo derfor Theodor Platou, formann i Oslo håndverks- og industriforening (OHIF), at foreningen skulle arrangere en utstilling for å øke omsetningen av norske varer på hjemmemarkedet.<sup>5</sup> Dette var en del av en bredere bevegelse i mellomkrigstiden med ulike ”kjøp norsk”-kampanjer. Even Lange skriver at ”[e]n viktig del av virksomheten var rettet mot å styrke den nasjonale selvbevisstheten gjennom utstillinger og

---

<sup>1</sup> Slagstad 1998, s. 183.

<sup>2</sup> Angell 1994a, Angell 1994b, Kjeldstadli 1990, Norberg-Schulz 2000 (1.utgave 1986) og 2003 (1.utgave 1997), og Skjerven 2004, i , i Brønne, Bøe, Skjerven 2004.

<sup>3</sup> Angell 1994b. I Angell 1994a, s. 121, blir den samme prosessen kalt for ”nasjonal tilnærming.”

<sup>4</sup> Furre 2000, s. 44.

<sup>5</sup> OHIF blir i denne oppgaven brukt som forkortelse for arrangørene av Vi kan-utstillingen.

varemesser. [...] Bevegelsen toppet seg i den store "Vi kan"-utstillingen".<sup>6</sup> Store utstillinger var blitt arrangert i Norge siden andre halvdel av 1800-tallet, og Jubileumsutstillingen på Frogner i 1914 var høydepunktet i den norske utstillingstradisjonen. Inspirasjonen kom i stor grad fra verdensutstillingene i andre halvdel av 1800-tallet i England, Frankrike og USA. De feiret fremgang, velstand og fredelig konkurranse mellom nasjoner, og var grandiose i så vel ambisjoner som kostnader. Erik Rudeng har omtalt de store utstillingene i inn- og utland som "fremskrittets fester".<sup>7</sup> Etter 1.verdenskrig hadde interessen blitt mindre, men tradisjonen ble fornyet under den økonomiske krisen på 1930-tallet. Den amerikanske samfunnsforskeren Susan Buck-Morss viser at utstillingen var en vesentlig kulturell praksis i mellomkrigstiden:

For no one in Europe (or the United States) could have lived through the decade of the thirties without being aware that international expositions, having become less frequent after World War I, suddenly came back with a vengeance during the Depression years. They were seen as a means of enhancing business, creating jobs for the unemployed, and providing state-subsidized, mass entertainment that was at the same time public "education". Major expositions occurred almost yearly: Stockholm 1930, Paris 1931, Chicago 1933, Brussels 1935, Paris 1937 Glasgow 1938, San Francisco and New York 1939.<sup>8</sup>

Vi kan-utstillingen reflekterte som sine samtidige internasjonale forbilder flere utviklingstrekk i samfunnet. I en krisetid skulle en utstilling av *det moderne* gi folk tilbake troen på fremtiden. Denne ideologien ble delt av aktørene bak Vi kan-utstillingen. I dag kan de store utstillingene virke fremmed for oss fordi meningen de hadde ikke lenger er selvsagt.<sup>9</sup> Derfor blir de overordnede problemstillingene: *Hvorfor ble det satset på en utstilling fremfor andre tiltak, og på hvilken måte påvirket utstillingsformen selve budskapet om forbruk, velferd og samarbeid? Hvilken mening ble skapt av og for arrangører, deltakere og tilskuere gjennom prosessen med forberedelser og gjennomføring av utstillingen? Hele tanken om en utstilling som skulle virke politisk samlende ble presentert og fikk oppslutning som et upolitisk prosjekt. Hvordan klarte aktørene å undertrykke de politiske og ideologiske aspektene ved utstillingen?*

---

<sup>6</sup> Lange 1998, s. 32.

<sup>7</sup> Rudeng 1983, s. 2.

<sup>8</sup> Buck-Morss, i Pred 1995, s. 97.

<sup>9</sup> Utstillinger var en type fenomen som insisterte på å gjøre seg selv overflødige, og skulle føre til nye handlinger fremfor å bli husket, skriver idéhistoriker Brita Brenna, se Brenna 2002, s. 17.



## Hypoteser

På grunnlag av problemstillingene vil denne oppgaven arbeide med følgende hypoteser:

1. I samtiden ble Vi kan-utstillingen fremstilt som et upolitisk tiltak for å gripe aktivt inn mot krisen. Arrangørene appellerte til felles interesser hos arbeid og kapital. Utstillingen fikk likevel en politisk og ideologisk mening basert på forhandlinger mellom økonomiske interesser og ideologiske oppfatninger hos arrangører, deltakere og tilskuere. Utstillingen var flertydig, men motsetningene mellom aktørene fikk en felles overbygning med et pragmatisk budskap om forbruk, velferd og samarbeid.
2. Arrangører, deltakere og tilskuere som kom fra næringsborgerskapet og den utdannede middelklassen brukte utstillingen til å definere sitt kulturelle hegemoni. Teknisk-økonomisk utvikling skapte større velstand og det offentlige tok ansvar for velferd. Sterkt preget av ”den nye sakligheten” ble både nye forbruksvarer og sosiale tiltak for alle satt i et sosialhygienisk perspektiv der nye og *riktige* livsmønstre skulle skape ”en klasse” – den nye middelklassen.<sup>10</sup> De sosiale tiltakene skulle skape et nytt sosialt felleskap med en lokalidentitet i Oslo, og utstillingen skulle forsone by og land.
3. Vi kan-utstillingen var en iscenesettelse som kunne skape en forestilling om at innholdet i budskapet allerede var en realitet. Aktørene forsøkte å utdefinere klasseforholdene med en estetisk-sanitær retorikk der individet fikk ansvaret for å skape sin egen moderne livsform. Samarbeidet mellom arbeid og kapital var definert av arrangørene som tilhørte kapitalen. Vi kan-utstillingen var ikke uttrykk for en reell klasseforsoning i 1938, men et tiltak fra næringsborgerskapet for å skape forsoning.

I konklusjonen vil disse hypotesene drøftes samlet. Her vil jeg også ta stilling til tolkningen hos Angell om at Vi kan-utstillingen var et uttrykk for nasjonal klasseforsoning. Knut Kjeldstadli mener samarbeidet mellom klassene på 1930-tallet kom i stand siden ”verken arbeidere eller borgere hadde styrke til å påføre motparten sin maksimale løsnings”.<sup>11</sup> Min påstand er at utstillingen kan knyttes til dette maktforholdet som et uttrykk for ideologiske posisjoner hos middelklassen. Utstillingsformen kunne fremstille disse som i alles interesse og slik skape et inntrykk av reell klasseforsoning. Arrangørene som var tilknyttet håndverk og

---

<sup>10</sup> Slagstad 1998, s. 181.

<sup>11</sup> Kjeldstadli 2000, s. 72.

industri, inviterte arbeidstakersiden og Arbeiderpartiet som styrte Oslo kommune til samarbeid, men definerte selv alle rammer og innhold for utstillingen. Dette samarbeidet ble også etablert før Hovedavtalen i 1935. Gjennom samarbeidet om utstillingen forsøkte middelklassen å definere et kulturelt hegemoni i samfunnet. Om vi tror utstillingene påvirket samfunnet, er det viktig å forstå hvordan de forsøkte å gjøre det. Påstanden om utstillingens betydning som redskaper i politikk bygger på tidligere utstillingsforskning.

## Forskningslitteratur og Vi kan-utstillingen

Omfanget av studier av store utstillinger har økt de siste årene i flere fag. Utstillingene har blitt undersøkt innenfor fag som historie, kulturanthropologi, idéhistorie og kunsthistorie. Dette har skapt et teoretisk og metodisk mangfold på dette feltet. En oversikt over forskningen finnes i *The Books of the Fairs*. Delt inn i tema som kvinners deltakelse, rasisme og etnisitet, internasjonale relasjoner, teknologi og vitenskap, kunst og arkitektur, religion og arbeiderkultur, konsum og museer, underholdning og massekommunikasjon, og i relasjon til kulturteori.<sup>12</sup> En generell oversikt over de internasjonale utstillingene finnes i *Historical Dictionary of World's Fairs and Expositions 1851-1988*. Utstillingene hadde sin glanstid i perioden 1851-1900, og det er denne perioden som har fått mest oppmerksomhet i forskningen. Det finnes færre studier av utstillinger på 1900-tallet. Jeg har konsentrert meg om noen utvalgte studier som tematiserer dels ulike og dels overlappende aspekter ved utstillingene i både nasjonal og internasjonal kontekst. Denne litteraturen har gitt analytiske verktøy og teorier til forstå Vi kan-utstillingen på egne historiske premisser, og som en del av en internasjonal utstillingstradisjon.

De tre utstillingsforskerne Brita Brenna, Anders Ekström og Robert Rydell har vært særlig viktige inspirasjonskilder for meg. Arbeidene til idéhistoriker Brita Brenna av verdensutstillingene på 1800-tallet har vært viktige for å forstå selve utstillingstradisjonen.<sup>13</sup> I *Verden som ting og forestilling. Verdensutstillingene og den norske deltakelsen* skriver Brenna at hun ”har valgt å undersøke utstillingene som medier for kommunikasjon, medier med sine spesifikke regler og prosedyrer og sin spesifikke utviklingshistorie.”<sup>14</sup> Dermed blir ikke utstillingene betraktet som representasjoner, men som egne kulturelle praksiser. Utstillingene utviklet seg med sin egen historie i relasjon til andre utstillinger og samfunnet.

---

<sup>12</sup> Brenna 2002, s. 9. Rydell, Robert 1992: *The Books of the Fairs*. Brenna skriver for øvrig samme sted at denne listen trolig kunne forlenges ”både fordi Rydell ikke har med alt, og fordi det har kommet til en lang rekke studier i tiden etter at han gav ut denne sammenfatningen i 1992.”

<sup>13</sup> Brenna 1994, Brenna 2002, og Brenna 2003.

<sup>14</sup> Brenna 2002, s. 5.

Idéhistoriker Anders Ekström har i boken *Den utställda världen. Stockholmsutställningen 1897* utviklet begrepet ”utstillingsideologi”. Dette var et sett av ideer som virket både bevisst og ubevisst mellom aktørene for å skape, organisere og formidle innholdet på utstillingen.<sup>15</sup> Dette prosessperspektivet tilsvarer langt på vei det Brenna forstår med utstillingene som ”medier” for å skape mening. Historiker Robert Rydell har skrevet om de amerikanske utstillingene i perioden i *World of Fairs. The century of Progress Expositions*, og i *Fair America*. Disse bøkene har vært av særlig stor betydning siden utstillingene som blir undersøkt her var i samme periode som Vi kan-utstillingen.<sup>16</sup> Rydell skriver at den gamle utstillingsbevegelsen fra 1800-tallet for alvor ble gjenopptatt under depresjonen i USA i 1930-årene.<sup>17</sup> I sine analyser er han opptatt av utstillingenes kollektive betydning og samlede innflytelse som ideologiske konstruksjoner. Under depresjonen skulle utstillingene gi folket tilbake troen på fremtiden, men denne visjonen var ladet av en helt bestemt type ideer og temaer.<sup>18</sup>

I Norge har også flere historikere arbeidet med utstillingene, selv om forskningen ikke har vært omfattende.<sup>19</sup> Erik Rudeng har skrevet to artikler om den norske utstillingstradisjonen, Karen Marie Fjeldstad har skrevet hovedoppgave om 1800-tallets industriutstillinger i Kristiania, Bergen og Drammen, og Anne Simonnæs har skrevet hovedoppgave om forberedelsene til Jubileumsutstillingen på Frogner i 1914.<sup>20</sup> Dette har alle vært nyttige arbeider for å orientere seg om norsk utstillingstradisjon og praksis. Kunsthistorikere har i Norge som i andre land gjort mer bruk av utstillingsmateriale enn historikere.<sup>21</sup> Boken til Elias Cornell *De stora utställningarna. Arkitekturhistoria och arkitektureksperiment* har blitt en klassiker i utstillingslitteraturen.<sup>22</sup> Sidsel Marie Gaare Blix

---

<sup>15</sup> Ekström 1994, s. 57.

<sup>16</sup> Alle de nordiske land deltok på verdensutstillingene, og historikere har analysert denne virksomheten ut fra ulike perspektiver. Den finske historikeren Kerstin Smeds har skrevet om Finlands deltakelse på verdensutstillingene i boken *Helsingfors-Paris. Finland på världsutställningarna 1851-1900* (1996). Margit Mogensen har skrevet om den danske deltakelsen i *Eventyrets tid. Danmarks deltagelse i verdensutstillingerne 1851-1900* (1993) som sammen med tre andre artikler utgjør hennes doktoravhandling over temaet. Göran Ahlström har i boken *Technological Development and Industrial Exhibitions 1850-1914. Sweden in an International Perspective* (1996) sett på deltakelsen i et teknologi- og økonomihistorisk perspektiv.

<sup>17</sup> Rydell 1993, s. 6

<sup>18</sup> Rydell 1993, s. 9.

<sup>19</sup> Brenna 2002, s. 11.

<sup>20</sup> Se litteraturliste for fullstendige titler. En studie av selve Jubileumsutstillingen på Frogner 1914 i et utstillingshistorisk perspektiv finnes imidlertid ikke .

<sup>21</sup> Brenna 2002, s. 11.

<sup>22</sup> Cornell, Elias 1952: *De stora utställningarna. Arkitekturhistoria och arkitektureksperiment*, Bokförlaget Natur och kultur.

har skrevet hovedoppgave i kunsthistorie om norsk utstillingsarkitektur.<sup>23</sup> Den kunsthistoriske litteraturen har jeg imidlertid sett bort fra i stor grad siden min analyse ikke har hovedfokus på estetikken ved Vi kan-utstillingen

Litteraturen om utstillingene i mellomkrigstiden viser at Vi kan-utstillingen hadde mange likhetspunkter med sine internasjonale forbilder.<sup>24</sup> Jeg bruker tolkningene i denne litteraturen som grunnlag for å sette Vi kan-utstillingen i perspektiv. Om norske utstillinger i mellomkrigstiden finnes relativt lite forskning fra før. Erik Rudeng har berørt emnet i sine artikler. Norske historikere har primært sett utstillingene fra denne perioden som tiltak mot den økonomiske krisen. Utstillingene er omtalt av Even Lange i *Samling om felles mål*, og Francis Sejersted nevner utstillingenes betydning i relasjon til krisen i *Historisk introduksjon til økonomien*.<sup>25</sup> Enkelte byhistorier gir empiriske beskrivelser av forberedelser og gjennomføring av utstillingene.<sup>26</sup>

Historiografien om Vi kan-utstillingen viser at tolkningene av meningen har konsentrert seg om uttrykket på den ferdige utstillingen. Vi kan-utstillingen er tidligere behandlet av historikerne Svein Ivar Angell og Knut Kjeldstadli, og kunsthistoriker Astrid Skjerven.<sup>27</sup> Arkitekt og professor Christian Norberg-Schulz har også gitt en fortolkning som kan stå som utgangspunkt: ”Vi kan’ uttrykker den almenne tro på den nye livsstilen og på modernismen i kunsten og arkitekturen.”<sup>28</sup> Kjeldstadli nevner kort utstillingen i *Den delte byen* og peker på motivene krisetiltak, den moderne og pulserende byen og det omsluttende byfelleskapet.<sup>29</sup> Angell analyserer utstillingen mer utførlig som uttrykk for en nasjonal konvergeringsprosess. ”Nasjonal tilnærming og optimistisk modernitet” står som hovedtolkning.<sup>30</sup> Innholdet på utstillingen blir karakterisert slik: ”Det overordna idealet var eit samfunn med eit pulserande produksjonsliv ope for nye impulsar. Produksjonen skulle danna

---

<sup>23</sup> Blix, Sidsel, Marie Gaare 2005, *Norge på utstilling. Norges arkitektoniske bidrag ved internasjonale og nasjonale utstillinger i perioden 1867-1939*, hovedoppgave i kunsthistorie, Seksjon for kunsthistorie, Universitetet i Bergen.

<sup>24</sup> Gøteborgutstillingen 1923 er undersøkt av Anders Houltz i *Teknikens tempel*. Stockholmsutstillingen 1930 har fått et kapittel hos Allan Pred i boken *Recognizing European Modernities. A Montage of the Present*, og i flere arbeider i Sverige, bla. av kunsthistorikeren Eva Rudberg i *Stockholmsutställningen 1930*. To artikler som også behandler tema fra Stockholmsutstillingen har vært viktige. ”*Svea Rike. Med historien som språngbräda mot framtiden*” av Annika Alzén, og ”*Så är Sveriges folk ett folk av is och sol*” av Ylva Habel. Se litteraturlisten for fullstendige titler.

<sup>25</sup> Lange 1998, s. Sejersted 1985, s. 146.

<sup>26</sup> To eksempler er Kirkusmo 1997, ss. 51-57 (om Trøndelagsutstillingen 1930) og Ringdal 1994, ss. 304-312 (om Mosseutstillingen 1937). Se litteraturlisten for fullstendige titler.

<sup>27</sup> Angell 1994, Kjeldstadli 1990 og Skjerven 2004.

<sup>28</sup> Norberg-Schulz 2003 (1. utgave 1997), s. 38.

<sup>29</sup> Kjeldstadli 1990, s. 242.

<sup>30</sup> Angell 1994a, ss. 121-137., se også Angell 1994b. Slagstad 1998 bygger på Angell 1994a og Eskeland 1939 når han mener utstillingen viste en ny nasjonal habitus.

grunnlaget for økonomisk vekst, og med det høgare levestandard og høgare sosial standard.”<sup>31</sup> Angells hovedperspektiv er hvordan Vi kan-utstillingen sto i forhold til det nasjonale. Den økonomiske selvbergingen som i ”kjøp norsk” blir knyttet til en nasjonsbyggingsprosess.

”Eigenproduksjon og effektivitet var grunnlaget for nasjonal vokster. Men dette var samstundes avhengig av stabilitet i samfunnet for øvrig. For å styrka stabiliteten som var oppnådd ved den politiske konvergeringsprosessen, måtte ein også legitimera samtidas økonomiske idear.”<sup>32</sup>

Angell knytter også sammen modernisering og nasjonsbygging til et felles motiv for Vi kan-utstillingen. Å få kunnskap om ”det moderne” skulle skape integrasjon. Den økonomiske selvbergingen viste også til ”nasjonal og politisk samkjensle” med ”dei sams interessene mellom aktørane i produksjonsprosessen.”<sup>33</sup> Angell ser Vi kan-utstillingen som et utslag av nasjonal integrasjon som symboliserte nye verdier, og reflekterte økende konsensus i samfunnet. Men Angell mener motivene på utstillingen bare er ”ein indikator på framtidsoptimismen som rådde i delar av det norske samfunnet på slutten av 1930-talet.”<sup>34</sup>

Tolkningene hans bygger i stor grad på offisielle utsagn som ble fremført i forbindelse med at utstillingen åpnet. Vi kan-utstillingen blir tolket av Angell som et prosjekt i harmoni med seg selv.

Skjerven som primært studerer utstillingsarkitekt Arne Korsmo, mener derimot at utstillingen var preget av indre motsetninger, og gav uttrykk for flere typer modernitet.<sup>35</sup> Arkitektenes kunstneriske avantgarde tolket ifølge Skjerven utstillingens idé som ”selve moderniteten, troen på det fartsfylte fremskrittet som et udelt gode for menneskeheten”.<sup>36</sup> Forbruksvarene og de sosiale tiltakene representert ved OHIF og Oslo kommune uttrykte en moderat modernitet med fremskritt gjennom sosial og økonomisk trygghet og stabil utvikling.<sup>37</sup> Som kunsthistoriker drøfter hun ikke disse posisjonene videre, men viser til at Arne Korsmo var oppgitt over interessekonfliktene som han hadde opplevd i møtet med arrangørene.

Min analyse undersøker både forberedelsene og gjennomføringen av Vi kan-utstillingen. Jeg vil undersøke hvordan utstillingen ble skapt som et uttrykk for flere av de samme type interesser og prosesser som Angell finner i sin analyse. Jeg har valgt bort å drøfte

---

<sup>31</sup> Angell 1994a, s. 129.

<sup>32</sup> Angell 1994a, s. 131.

<sup>33</sup> Angella 1994, s. 132.

<sup>34</sup> Angell 1994a, s. 134.

<sup>35</sup> Modernitet brukes av Skjerven for å betegne en avgrenset moderne oppfatning, og ikke felles moderne mentalitet. Ulike oppfatninger av moderniteten er fortolkninger som jeg betegner som ulike typer modernisme.

<sup>36</sup> Skjerven 2004, s. 24.

<sup>37</sup> Skjerven 2004, ss. 23-24.

de nasjonalistiske aspektene ved utstillingen, siden dette er behandlet av Angell. På grunnlag av mitt materiale fremstår hans karakteristikk av det ”overordna idealet” eller overbygningen i budskapet som riktig. Men dette var budskapet slik arrangørens ville det skulle fremstå. Skjervan viser til motsetninger mellom ulike interesser og ideologier i utstillingen. Dette indikerer at moderniseringskonseptet var mer uklart enn det Angell hevder, og at utstillingen viste flere moderniseringskonsept side og side. Fremfor å se utstillingen primært som en refleks av andre prosesser for integrasjon, legger jeg mer vekt på aktørenes *intensjoner* om integrasjon. Disse kan bli synlig ved å studere utstillingen som et ledd i en bredere utvikling med økende sosial integrasjon. Intensjonene var knyttet til ulike ideologier og interesser hos næringsborgerskap og middelklassen. Disse gruppene skapte utstillingen som sitt redskap for å definere og få gjennomslag for et kulturelt hegemoni for sosial integrasjon. Hvordan dette ble gjort kommer frem ved å studere både forberedelsene og gjennomføringen av utstillingen hvor budskapet ble iscenesatt.

At det var mulig å lage en stor utstilling med tverrpolitisk oppslutning viser til utstillingenes særegne virkemåte som sosiale integrasjonsprosjekter i seg selv. Dette var et vanlig motiv i utstillingstradisjonen som utviklet seg nasjonalt og internasjonalt siden 1800-tallet. Tidligere undersøkelsene av Vi kan-utstillingen har ikke drøftet den i lys selve utstillingstradisjonen og ideologien den bygde på. Med et utstillingshistorisk perspektiv kan de norske utstillingene bli sett i en systematisk sammenheng med internasjonal tradisjon, som et tegn på utveksling av kulturelle impulser og redskaper til makt. Min undersøkelse vil kombinere kunnskap fra forskning på utstillinger som ideologiske konstruksjoner med historiefagets behandling av utstillingene som et ledd i en strategi for å motvirke krisen.

## Utstillingshistorie og utstillingsideologi

Det moderne utstillingsfenomenet internasjonalt kan spores tilbake til Paris i 1683. I løpet av 1700-tallet var det flere utstillinger i London, Wien og Paris. På disse utstillingene viste landene frem sine industriprodukter. Alle disse utstillingene var nasjonale frem til den første verdensutstillingen i London i 1851. Siden 1798 hadde de vokst enormt i omfang. Fra noen få utstillere i virksomhet noen få dager i 1798, hadde den nasjonale utstillingen i Paris i 1849 om lag 4500 utstillere og holdt åpent et halvt år.

Utstillingene spilte på flere trekk i kulturen. I perioden 1750 til 1850 var det en sterk vekst i antall museer, kabinetter og mindre fremvisninger. Sentralt for disse skuene var fascinasjonen for menneskets mekaniske oppfinnsomhet, ofte presentert som innblikk i et

teknisk drømmeland. Utstillingene bød på demonstrasjoner og offentlige eksperimenter som populariserte naturvitenskapen. I tillegg uttrykte utstillingene interessen for det eksotiske. Utstillingene var arena for en ”viltvoksende” europeisk tilskuerkultur, en utstillingstradisjon som også var grunnlaget for verdensutstillingene på andre halvdel av 1800-tallet.<sup>38</sup> Verdensutstillingene i Europa og USA utviklet seg mot stadig større arrangementer; utstillerne ble flere og kompleksiteten tiltok etter hvert som arrangørens ambisjoner ble stadig mer vidløftige. Ekström mener at det på slutten av 1800-tallet hadde oppstått en egen utstillingsideologi.<sup>39</sup>

Sentralt var entusiasmen for fremskrittet. Utstillingene var optimistiske, retoriske og selvforherligende når det gjaldt utviklingen og det som ble oppfattet som en universell og seierrik kamp mot en stadig høyere sivilisasjon. Utviklingen ble betraktet som rettlinjet på vei mot et felles mål, men der nasjonene beveget seg med ulike fart mot målet. Ideen om presentere hele verden blir meningsfull i dette perspektivet. Utstillingen fortalte samtiden hvor langt utviklingen hadde kommet. Fokuset var i begynnelsen særlig på teknisk og industriell utvikling.<sup>40</sup> Den første verdensutstillingen fant sted i London i 1851, og er i ettertid særlig kjent for den store utstillingshallen Crystal Palace. Her deltok 15 000 utstillere med håndverks- og industriprodukter fra hele den industrielle verden. Utstillingen var en stor suksess, og ble i ettertid betegnet som en illustrasjon på menneskenes arbeid under en fredelig utvikling. Samtidig mente man å kunne se hvordan fremskrittet gikk videre med hjelp av fornuften og industrien.<sup>41</sup>

Gjennom de utstillingene som ble arrangert i løpet senere på 1800-tallet, ble stadig nye elementer trukket med, slik som naturvitenskap, håndverk, kunstindustri, kunst, klær, by- og boligmiljø m.m.<sup>42</sup> Videre skulle utstillingen ha en dannende effekt på publikum i sin alminnelighet, og det var først mot slutten av århundret at handel fikk en fremtredende plass. Utstilling i Paris 1867 skulle virke som en encyclopedi der all verdens viten skulle sammenfattes. Avdelingene for arbeidets historie i 1867 og boligens historie i 1889 var eksempler på ambisjonen om å skape et fullstendig overblikk over et kunnskapsfelt. Det som ikke ble fremstilt, skulle heller ikke være verdt å vite. Dermed etablerte utstillingene en egen pedagogikk.<sup>43</sup>

---

<sup>38</sup> Ekström 1994, ss. 24-25.

<sup>39</sup> Ekström 1994, s. 57

<sup>40</sup> Ekström 1994, s. 58.

<sup>41</sup> Ekström 1994, s. 35.

<sup>42</sup> Ekström 1994, s. 58.

<sup>43</sup> Ekström 1994, s. 41.

Utstillingen i Paris i 1878 inneholdt også en rekke konferanser. Dette viste at utstillingen hadde en viktig kunnskapsspredende funksjon.<sup>44</sup> På utstillingen i 1889 i Paris ble Eiffeltårnet oppført som et høydepunktet i utstillingenes monumentalisme.<sup>45</sup> Etter hvert ble de didaktiske og propagandistiske elementene i større grad integrert i fornøyelsestilbudet. Utstillingene tok også mer form av markeds plass, der varene ble satt i sentrum for oppmerksomheten.<sup>46</sup> Dette gjaldt særlig i paviljongene for de ulike produsentene. Utstillingene ble derfor kritisert for å svikte sin dannende funksjon, og i stedet fokusere på økonomisk gevinst. Det kommersielle motivet ble tydelig på utstillingen i Paris i 1900. Dannelsen kunne likevel gjenfinnes i ambisjonen om å lære opp massene til å bli moderne konsumenter. Utstillingene skulle på denne måten danne grunnlaget for en ny samfunnsform – det borgelige-kapitalistiske industrisamfunnet.<sup>47</sup>

### Optimismens utstillinger under depresjonen

Det var utstillinger både i Norge og i utlandet nesten hvert eneste år under krisen på 1930-tallet. Retorikken og motivene rundt disse var på mange områder den samme som på 1800-tallet.<sup>48</sup> Den viktigste endringen var at utstillingen skulle motvirke krisen med fokus på forbruksvarer og offentlig velferdspolitik. Utstillinger i USA og Sverige viser mange likeheter med Vi kan-utstillingen i utforming, innhold og budskap. Arrangørene i Oslo hentet inspirasjon fra utlandet, samtidig som flere tema var allmenne i den vestlige verden under krisen. Amerikanske og svenske utstillinger er mye undersøkt, og jeg vil bruke denne forskningen til å fortolke Vi kan-utstillingen. Målet er ikke bare komparasjon, men å se utstillingen som del av en internasjonal tradisjon og ideologi som aktørene selv refererte til. Dette vil også kontrastere nasjonale trekk ved Vi kan-utstillingen.

Robert Rydell har som nevnt undersøkt utstillinger i USA. Rydell stiller spørsmålet om hvorfor det ble brukt penger på utstillinger i nedgangstider.<sup>49</sup> Her gikk industriledere, medlemmer av den lokale eliten og de føderale myndighetene sammen om å finansiere utstillingene. Budskapet var en forening mellom vitenskap og teknologi og en hyllest til fremskrittet i det kommende århundret – maskinalderen. Fremtiden var lys trass i økonomisk depresjon. Samarbeid mellom private og offentlige krefter skulle løse problemene i en

---

<sup>44</sup> Ekström 1994, s. 44.

<sup>45</sup> Ekström 1994, s. 46.

<sup>46</sup> Ekström 1994, s. 49.

<sup>47</sup> Ekström 1994, s. 60.

<sup>48</sup> Ekström 1994, s. 57.

<sup>49</sup> Rydell 1993, s. 3.



korporativ samfunnsmodell. Ekspertene måtte sikre en rasjonell bruk av overlappende sosiale, økonomiske og politiske krefter.<sup>50</sup> Den moderne kapitalismen basert på aksjeselskaper tilbød nye forbruksvarer for å modernisere livet med en amerikansk økonomisk nasjonalisme. Ved utstillingene i San Fransico og New York som begge var i 1939 var arrangørenes holdning: ”Work together as a major centrifugal force in getting Americans to see America and buy more of its products”.<sup>51</sup> President Roosevelt brukte utstillingene til å promotere New Deal-programmet.<sup>52</sup> Regjeringen ville vise at økonomien var sunn, og at den hadde tiltak mot den økonomiske krisen. Indirekte proklamerte utstillingene en kommende velferdsstat.<sup>53</sup> Chicago-utstillingen 1933 var den første av flere Century of Progress Expositions som målbar dette og liknende budskap. Utstillingen i New York 1939 var den som i sterkeste grad manifesterte disse visjonene.<sup>54</sup>

På Stockholmsutstillingen 1930 var funksjonalismen en visjon for en ny tid. Her ”spelade utställningslandskap och föremål en uttalat retorisk roll som förespråkare av en ny svensk livsstil tänkt för en ny människotyp – den som skulle födas som svar på funksjonalismens krav på hygien, enkelhet og rationalitet.”<sup>55</sup> Dette var et opprør mot et stivnet klassesamfunn med mønstre, vaner og normer som ikke passet med den moderne tiden.<sup>56</sup> Utstillingen var planlagt i de optimistiske 1920-årene, men da den åpnet var Sverige rammet av den økonomiske og sosiale krisen. Det sosiale budskapet i modernismen var forenlig med det fremvoksende svenske folkhemmet og velferdssamfunnet.<sup>57</sup> Støtten til prosjektet kom fra produsenter, stat og kommune. Den økonomiske støtten fra stat og kommune var helt avgjørende for at prosjektet kunne gjennomføres.

I Norge var det mellom 1928 og 1938 en rekke utstillinger: Bergen 1928, Trondheim 1930, Drammen 1930, Lillestrøm 1931 Sarpsborg 1930, Halden 1936, Lillehammer 1937, Moss 1937 og Oslo 1938. De var gjerne stort anlagt med mange paviljonger og knyttet til jubileer for organisasjoner eller lokalsamfunnet. Det dreide seg både om landsutstillinger, regionale utstillinger og byutstillinger.<sup>58</sup> Rudeng karakteriserer de norske utstillingene med ”nøkternhetens triumf”, ”modernitet og anti-modernitet” og ”dugnad og folkefest”.

---

<sup>50</sup> Rydell 1993, s. 117.

<sup>51</sup> Rydell 1993, s. 127.

<sup>52</sup> Rydell 1993, s. 118.

<sup>53</sup> Rydell 1993, s. 153.

<sup>54</sup> Selv om New York-utstillingen i 1939 ble holdt året etter Vi kan-utstillingen, begynte forberedelsene omtrent samtidig, og jeg synes derfor det er naturlig å trekke inn denne som sammenlikningsgrunnlag.

<sup>55</sup> Habel 2006, s. 2.

<sup>56</sup> Rudberg 1999, s. 31.

<sup>57</sup> Rudberg 1999, s. 32.

<sup>58</sup> Bergen var landsutstilling, Trondheim og Sarpsborg var regionalutstillinger som henholdsvis Trøndelagsutstillingen og Østfoldutstillingen, mens de andre var byutstillinger.

Utstillingene etterlot seg ikke arkitektoniske monumenter og konsentrerte seg om å stille ut dagens produksjon fremfor det eksotiske og futuristiske. Primærnæringer og før-industriell kulturhistorie fikk alltid plass på utstillingene, og blir karakteriser av Rudeng som anti-moderne innslag.<sup>59</sup> Norges varemesse holdt i løpet 1920- og 1930-årene en rekke varemesser primært med propaganda for norske varer. Det var likhet mellom utstillinger og varemesser ettersom varene ble presentert ut fra tanken om ”kjøp norsk” og som noe ”moderne”. Forskjellen var at utstillingene var større og mer kostbart anlagt, og kunne knytte sammen presentasjoner av forbruksvarer og organisasjoner med andre budskap. Sammenliknet med utlandet var de norske utstillingene likevel ”mindre akademisk og teknokratisk planlagt”.<sup>60</sup> Det var alltid det lokale næringsborgerskapet som var arrangører der tanken om å øke omsetningen ved ”å sette byen på kartet”. Samarbeid med lokale myndigheter ble da naturlig.

Vi kan-utstillingen var preget av utenlandske forbilder og hjemlige forutsetninger. Budskapet om forbruk, velferd og samarbeid var skapt av krisen og et økende sosialpolitisk engasjement. Dette hadde en klar parallell i USA. Fra Sverige kom det sterke fokuset på funksjonalismen, og mer spesifikt på rasjonalisering og sosialhygiene med både forbruksvarer og offentlig velferd. I alle de tre landene viste utstillingene sterke modernistiske tema med en fascinasjon for maskiner.<sup>61</sup> Vi kan-utstillingen forente likevel ikke disse elementene til et helhetlig ideologisk og modernistisk budskap. Stockholmsutstillingen var programmatisk for en ny tid, og skilte seg slik fra andre verdensutstillinger.<sup>62</sup> Brenna viser at disse utstillingene var ”krystalliseringspunkter som var relatert til et uendelig antall livsområder, liv, samfunn og materialer”.<sup>63</sup> Vi kan-utstillingen bygget på samme forutsetninger der den gav ”et tverrsnitt av Oslo idag”, og den fikk derfor et pragmatisk budskap.<sup>64</sup>

---

<sup>59</sup> Rudeng 1995, ss. 48-52.

<sup>60</sup> Rudeng 1995, s. 52.

<sup>61</sup> Alzén 2002, s. 14, Rydell 1993, s. 125.

<sup>62</sup> Rudberg 1999, s. 37.

<sup>63</sup> Brenna 2002, s. 6.

<sup>64</sup> Aftenposten 12.05.38. Dette sa Platou i sin tale da utstillingen åpnet denne dagen.



Fra hovedgaten gjennom Vi kan-utstillingen. Her kunne ulike motiver stå side om side. Til venstre er paviljongen for Norske Melkeproducenters Landsforbund med Melkebar midt i bildet. På utsiden av paviljongen var det sosialhygieniske budskapet: "Et riktig kosthold. Et sundere folk". Men et hedonistisk motiv i forbruket var rett i nærheten: Til høyre en gigantisk reklamesøyle for "drops". Bilde: Eskeland 1939

## Vi kan-utstillingen som del av en bred utvikling

Mellomkrigstiden var preget av skiftet fra konfrontasjon til samarbeid i politikken, og både krise og vekst i økonomien. Vi kan-utstillingen kan undersøkes som en konstellasjon av tema som nasjonal tilnærming og politisk integrasjon, økonomisk utvikling med et nytt forbruksmønster, og økende offentlig engasjement. Slike allmenne utviklingstrekk kom til uttrykk gjennom det som ble stilt ut, og Vi kan-utstillingen som prosjekt var selv et ledd i disse historiske prosessene. Dette understrekes ved at utstillingen i ettertid viste seg å peke frem mot etterkrigstiden.

Selv om utstillingen var et forholdsvis sent tegn på 1930-tallets modernitet, har den en interessant funksjon som oppsummering av 1930-tallet. Dette tilsvarer utstillingsideologiens bærende idé om å vise hvor langt utviklingen hadde kommet. De knappe seks årene som gikk fra planen ble offentliggjort i 1932 til utstillingen åpnet i 1938 viser en omforming av prosjektet i tråd med sosial, politisk og kulturell utvikling som gjorde at utstilling kunne fremstå som "moderne" i 1938. Dette betydde at budskapet ble en pragmatisk tilnærming til moderniteten. Til grunn for dette budskapet lå det en rekke utviklingstrekk i norsk mellomkrigstid.

Odd-Bjørn Fure mener at den norske nasjonalstaten var i en regressiv fase fra slutten av første verdenskrig og frem til midten av 1930-tallet. En rask og omfattende industrialisering skapte en serie motsetninger med en dyptgripende desintegrasjon av det

norske samfunnet som resultat. Uforsonlige klassemotsetninger spaltet samfunnet.<sup>65</sup> Mot slutten av tiåret ble det igjen en nasjonal tilnærming eller nasjonal konvergeringsprosess mellom høyre- og venstresiden i politikken.

Even Lange er opptatt av de raske endringene i Norge fra situasjonen tidlig i mellomkrigstiden til slutten av 1930-tallet.<sup>66</sup> Den økonomiske verdenskrise etter børskrakket på Wall Street i 1929 skapte sosiale, politiske og økonomiske problemer i Europa og USA. Likevel pekte konjunktorene raskt oppover igjen, og i Norge var det vekst fra 1932 som varte ut tiåret.<sup>67</sup> Arbeiderpartiet kom til makten med regjeringen Nygaardsvold etter kriseforliket med Bondepartiet i 1935. Berge Furre mener regjeringen inviterte til samfunnssolidaritet og klasseforsoning. Lavere konfliktnivå og arbeidsfred ble en forutsetning for en klassenes felles interesse for økt produksjon. Begreper som plan, organisasjon og arbeidsreisning ble viktige i en ny og høystemt retorikk. En aktiv stat skulle ta opp kampen mot krisen og reise arbeidsplasser i samarbeid med organisasjonene for arbeidere, arbeidskjøpere, bønder og fiskere.<sup>68</sup> Arbeiderpartiet fikk stigende oppslutning også fra personer som arbeidet i skogbruk eller som funksjonærer og offentlige tjenestemenn i byene.<sup>69</sup>

Francis Sejersted bruker begrepet ”det store sosiale integrasjonsprosjekt” om prosessene frem mot sosialdemokratiets dominerende posisjon på 1900-tallet.<sup>70</sup> Krisepolitikken var Arbeiderpartiets politiske grep som tok det sosiale integrasjonsprosjektet ut av ”borgerskapets hender”.<sup>71</sup> Arbeiderpartiet gjennomførte lite av kriseprogrammet av 1933 basert på ekspansive budsjetter.<sup>72</sup> Det politiske linjeskiftet hadde likevel en viktig symbolsk og ideologisk funksjon. Den virket klasseforsonende og bidro til å definere nye mål om høyere produksjon og et fremtidig forbrukersamfunnet.<sup>73</sup> Endringer i produksjonsstruktur og livsform var allerede tydelige, og velferdsstaten ble det nye politiske prosjektet som skulle integrere folk på en ny måte som likeverdige samfunnsborgere.

Vi kan-utstillingen må studeres som et ledd i denne brede utviklingen. I likhet med krisepolitikken skulle utstillingen definere nye mål og skape samarbeid, men på utstillingen ble dette gjort av næringsborgerskapet og den utdannede middelklassen. Konsentrert om noen

---

<sup>65</sup> Furre 1996, s. 26f.

<sup>66</sup> Lange 1998, ss. 58-59.

<sup>67</sup> Lange, s. 26.

<sup>68</sup> Furre 2000, s. 86-87.

<sup>69</sup> Lange 1998, s. 13.

<sup>70</sup> Sejersted 2005, s. 14.

<sup>71</sup> Sejersted 2005, s. 171.

<sup>72</sup> Sejersted 1985 ss. 129-130, se også Furre 2000 og Lange 1998.

<sup>73</sup> Sejersted 2005, s. 174.

tema preget av bestemte ideologier ble Vi kan-utstillingen et tiltak som gav innhold til visjonen om forbrukersamfunnet, offentlig velferd og samarbeidet mellom arbeid og kapital.

## Et ledd i transformasjonen

Even Lange karakteriserer 1930-tallet som ”overgangen til en ny fase i den økonomiske utviklingen” der Norge etter hvert ble et fullverdig industriland. I norsk historiografi finnes det flere forklaringer på hva som løste krisen på 1930-tallet. Hvilken forklaring som velges har betydning for hvilken betydning utstillingene blir tillagt som bidrag til å løse krisen. En retning vektlegger det politiske skiftet i 1935 og en ny økonomisk politikk. Francis Sejersted tilbakeviser dette siden lite av denne politikken ble gjennomført i praksis.<sup>74</sup> En annen retning viser til eksportledet vekst med bedring i verdensøkonomien og økt etterspørsel etter norske varer og tjenester i utlandet som viktige faktorer.<sup>75</sup> En tredje retning viser til lokal nyskaping, omstilling og nasjonal beskyttelse.<sup>76</sup> Sejersted mener her at det avgjørende var de bedre konjunkturer og det økonomiske systems egen evne til å arbeide seg ut av problemene.<sup>77</sup> Dette skapte transformasjon av produksjonen. Økt etterspørsel, stor byggevirksomhet og et nytt forbruksmønster bidro til transformasjonen.<sup>78</sup> Lange kaller det som skjedde en nasjonalisering av økonomien, og mener næringslivet klarte å utkonkurrere importen med en kombinasjon av ”kjøp norsk” og utvidelser av hjemmemarkedet med nye produkter.<sup>79</sup> Både Sejersted og Lange mener utstillingene trolig bidro til å løse krisen.<sup>80</sup>

Transformasjonen ble særlig tydelig i Oslo der produksjon av forbruksvarer igjen gjorde byens industri ledende.<sup>81</sup> Vi kan-utstillingen gjenspeilte derfor en dypere strukturell endring i produksjon og arbeidsliv. Veksten ble forsterket i Oslo hvor bedriftene kunne dra fordel av et stort lokalt marked.<sup>82</sup> Økende bruk av elektrisitet var en teknologi som førte til mangedobling av produksjonen av elektriske apparater. Oslobedrifter som Asea, Per Kure og Elektrisk Bureau ble viktige produsenter for hjemmemarkedet. Thune mekaniske verksted la om produksjonen fra maskiner til elektriske komfyrer og vaskemaskiner. Industriegrener som konfeksjon og produsenter av nærings- og nytelsesmidler som sjokolade, øl, brus og tobakk

---

<sup>74</sup> Sejersted 1985, ss. 129-130.

<sup>75</sup> Venneslan 2005, ss. 495-500. Einar Lie mener at veien ut av krisen skyldtes både eksportledet vekst og vekst i hjemmemarkedet, se Historisk tidsskrift nr 3-2005, ss. 487-494.

<sup>76</sup> Lange 1998, s. 27.

<sup>77</sup> Sejersted 2005, ss. 173-174. Her viser Sejersted tilbake til antologien *Vekst gjennom krise* (red. Sejersted) (1982). Jeg har støttet meg på hva Sejersted skriver om krisen i *Historisk introduksjon til økonomien* (1985).

<sup>78</sup> Sejersted 1985, ss. 137-146

<sup>79</sup> Lange 1998, s. 42.

<sup>80</sup> Sejersted 1985, s. 146 og Lange 1998, s. 32.

<sup>81</sup> Kjeldstadli 1990, s. 180.

<sup>82</sup> Kjeldstadli 1990, s. 198.

opplevde vekst, og her hadde Oslo store bedrifter som Freia, Ringnes, Nora og Tiedemann. Flere av vekstbedriftene deltok på Vi kan-utstillingen. De nye varene åpnet mulighetene for et moderne forbruksmønster.

### Et redskap for økt forbruk, fritid og saklighet

Den nye forbrukerkulturen var karakterisert av masseforbruk av standardiserte merkevarer. Vi kan-utstillingen kunne gi en samlet fremstilling av de nye varene og lære folk å bruke dem. Mat, klær og møbler ble rimeligere, og elektriske husholdningsmaskiner fikk et gjennombrudd i mellomkrigstiden.<sup>83</sup> I stor grad var forbruket knyttet til et nytt livsmønster der en viktig forutsetning var økt fritid. Mange grupper av arbeidere og funksjonærer hadde individuelle ferieavtaler, og i 1937 kom også 12 dagers betalt ferie for alle.<sup>84</sup> Ferie- og friluftsutstyr som sykkel, ski og ryggsekk, og underholdningstilbud som grammofon og lydfilm var viktige elementer i den nye forbrukerkulturen. Radio fikk også økende utbredelse gjennom etableringen av Norsk rikskringkasting (NRK) fra 1925. Store grupper hadde arbeid og med økende kjøpekraft kunne de ta del i denne forbruksveksten. Men selv om økonomien vokste var det fortsatt sosial krise med stor arbeidsledighet ved utgangen av 1930-tallet. De nye forbruksvarene ble for dyre for mange, men likevel ble varene fremstilt som et middel til sosial utjevning. Nye forbruksvarer skulle skape det samme livsmønstret for alle, og slik ville det oppstå en ny klasse – den moderne middelklassen. Da måtte de nye varene brukes *riktig*.

En slik tanke kan knyttes til en bredere tendens som kalles ”den nye sakligheten”.<sup>85</sup> Det var en økende tro på at saks kunnskap, faglighet og objektivitet kunne løse problemer på ulike felt i samfunnet. Vitenskapelige standarder skulle definere hva som var riktig. Fagfolk som ingeniører og leger var representanter for den eliten som på 1930-tallet ville utforme et rasjonalistisk, verdslig orientert program for utviklingen av samfunnet. Bruk av moderne teknologi og vitenskap skulle føre til effektivisering av produksjon og mer hygiene på mange felt i menneskenes liv. Allment hadde flere grupper i Oslo sterk tiltro til vitenskap og teknikk.<sup>86</sup> Troen var sterkt på at det var mulig å gripe inn i utviklingen å skape fremskritt.<sup>87</sup> Disse oppfatningene var en del av begrunnelsen for å lage Vi kan-utstillingen. ”Den vil i

---

<sup>83</sup> Lange 1998, s. 54.

<sup>84</sup> Lyngø 1993, s. 21.

<sup>85</sup> Nolin 1993, s. 81 Den svenske litteraturviteren Bertil Nolin betegner dette som en retning innenfor 1930-tallets kunst, litteratur og arkitektur, men i bredere forstand som en ny mentalitet som også preget ”sosialpolitikk – ja, hela den så kallade folhemsutopien som man började att förverkliga omkring 1932. Prosessen och mentaliteten torde vara likartad i de övriga nordiska länderna.”

<sup>86</sup> Kjeldstadli 1990, s. 353.

<sup>87</sup> Kjeldstadli 1994, s. 106.

denne gjæringens tid være av stor praktisk betydning, i det den vil gi mange impulser og bane vei for nye fremskritt.”<sup>88</sup> I næringslivet i Oslo var det i flere bransjer hvor ”vitenskapelig og mer teknologisk innsikt ble tatt i bruk”.<sup>89</sup> Men de rasjonelle ideene var tverrpolitiske og samlet oppslutning blant både sosialister, sosialliberale og høyrradikale.<sup>90</sup> Derfor kunne det saklige innholdet på Vi kan-utstillingen appellere til ideen om å være upolitisk.

Likevel fikk den nye sakeligheten innflytelse på flere områder i politikken. Kjetil Jakobsen mener at de politiske visjonene i ledelsen i Arbeiderpartiet i 1930- og 1940-årene var styrt av ”den teknokratiske modellen for samfunnsorganisering”.<sup>91</sup> I 1933 gav Ole Colbjørnsen og Axel Sømme ut ”En norsk treårsplan”. Tanken var å fornye og effektivisere produksjonen etter fordristiske prinsipper.<sup>92</sup> Viktige deler av arbeiderbevegelsen orienterte seg på begynnelsen av 1930-tallet bort fra de store marxistiske utopiene på 1920-tallet, og over til en ”[j]ordnær, profesjonsbasert reformpolitikk”.<sup>93</sup> Jacobsen mener at dette skiftet betydde at revolusjon nå skulle skapes gjennom teknokrati og sosial ingeniørkunst.<sup>94</sup>

I 1930-åra ble det svenske sosialdemokratiet besjela av visjonen om å skape et nytt menneske og et nytt samfunn ved å revolusjonere hjemmet. Med Alva Myrdal kom bolig, helse og familiepolitikk i sentrum for den ideologiske interessen. Denne forvandlinga av hjemmet skulle skje i fagfolks regi.<sup>95</sup>

Kjeldstadli viser at en likende oppfatning lå til grunn for ”det store hygieneprosjektet i Oslo i mellomkrigstiden. Oslo kommune satset på sosiale tiltak bygget på en sosialhygienisk tankegang. ”En nytt, reint, lyst og hygienisk Oslo skulle bygges for alle”.<sup>96</sup> Den nye sakligheten formidlet gjennom forbrukvarer og velferdsordninger var åpenbare trekk ved utstillingens retorikk og innhold. Budskapet var derfor en politisk ytring basert på kulturelle mønstre i 1930-tallets modernitet.

---

<sup>88</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, brev til Oslo kommune (utkast sendt internt til den foreberedende komiteen) fra Th. Platou 28.09.33, s. 2.

<sup>89</sup> Kjeldstadli 1990, s. 193.

<sup>90</sup> Kjeldstadli, s. 106. Se også Sørensen 1991.

<sup>91</sup> Jakobsen 1994, s. 4. Sejersted mener ”teknokrati” eller ”sosial ingeniørkunst” betyr at ”ingeniørideologiens instrumentalisme blir flyttet opp på samfunnsplanet, men det betyr ikke at ingeniøren overtar de sentrale posisjoner”, Sejersted 2005, s. 55. Kjeldstadli mener ”tanken om at nøytral, verdifri kunnskap kan gi svar på det som dypest sett er politiske problemer”, er en ideologi som kan kalles teknokrati eller reformteknokrati. Politikk er da forstått som interessedørsmål og verdivalg, se Kjeldstadli 2000, s. 70.

<sup>92</sup> Jakobsen 1994, ss. 4-5.

<sup>93</sup> Jakobsen 1994, s. 3

<sup>94</sup> Jakobsen 1994, s. 4-5.

<sup>95</sup> Jakobsen 1994, s. 3.

<sup>96</sup> Kjeldstadli 1990, s. 354.

## Forskningsrelevans

Å lage en utstilling innebærer å stille ut seg selv og påstander om sammenhenger i samfunnet.<sup>97</sup> Derfor handler historien om Vi kan-utstillingen også om aktørene som var arrangører og deltakere på utstillingen. Aktørenes interesser styrte innholdet på utstillingen, den var tenkt som et redskap til makt for å fremme disse interessene. På Vi kan-utstillingen var dette i hovedsak å skape høyere omsetning for norske varer. Denne historien skal derfor ikke fortelle om alt som ble vist frem. Det som ble stilt ut er ikke alltid interessant i seg selv, og var som regel viktigere i andre kontekster enn i utstillingshaller og paviljonger. Men på utstillingen utgjorde konstellasjonen eller sammenføringen av det som ble stilt ut en bestemt, ny manifestasjon med sin egen mening for arrangører, deltakere og tilskuere. En utstilling skal derfor ikke undersøkes som en passiv representasjon, men som konstruksjon av noe nytt.

Vi kan-utstillingen kunne blitt et symbol for modernitet på samme måte som Stockholmsutstillingen 1930. De to utstillingene har ofte blitt sammenliknet, men den norske utstillingen har ikke fått tilsvarende oppmerksomhet. En analyse av hele utstillingen kan drøfte den som et konsentrert uttrykk for et moderniseringskonsept i Norge. Francis Sejersted mener at utgangspunktet for modernisering var ulikt i Norge og Sverige ved inngangen til det 20. århundret. ”Drømmen om det moderne fremtidssamfunn var særlig sterk i Sverige som lå foran i industrialiseringen. Den ble til en ny stormaktsdrøm – om å bli det moderne avantgardelandet i Europa. Ambisjonene i Norge var mer beskjedne og selve moderniseringskonseptet mer uklart.”<sup>98</sup>

Jeg mener dette skillet kan avleses i hvordan Sverige og Norge fikk hver sin modernistiske utstilling med ulikt innhold og betydning. Sejersted viser til at Stockholmsutstillingen 1930 var ”förlösningen av det svenska framtidsprosjekt”. Den nye sakligheten med arkitekten som moderniseringsagent skulle skape et samfunn preget av ”fornuft, rasjonalitet og planmessighet”.<sup>99</sup> Vi kan-utstillingen i 1938 hadde ikke en slik uttalt visjon om å forandre samfunnet som helhet, men de ting og praksiser som ble formidlet var på flere områder preget av den nye sakligheten siden den allerede var et utbredt ideologi. Forskjellene i budskap og tidspunkt for de to utstillingene tilsvarer det Sejersted skriver om nasjonale forskjeller. ”Den nye saklighet fikk også et fotfeste i Norge. Det er imidlertid karakteristisk at gjennomslaget kom noe senere og ble mer dempet.”<sup>100</sup> Hvordan den nye sakligheten og andre kulturelle mønstre kom til uttrykk på Vi kan-utstillingen forteller om

---

<sup>97</sup> Brenna 2002, s. 19. Her viser Brenna til teoretikeren Mike Bal analyserer hva det betyr å stille ut noe.

<sup>98</sup> Sejersted 2005, s. 57.

<sup>99</sup> Sejersted 2005, s. 56.

<sup>100</sup> Sejersted 2005, s. 56.



aktørene som organiserte og deltok i prosjektet. De delte flere samtidige forståelser av moderniseringen. Det budskapet de valgte å artikulere som norsk modernitet pekte fremover mot etterkrigstiden med den sosialdemokratiske orden.

Flere historikere har pekt på hvordan idégrunnlaget for etterkrigstidens velferdsstat og konsumsamfunn ble lagt fra 1935 da Arbeiderpartiet overtok regjeringsmakten.<sup>101</sup> Even Lange kaller dette for en aktivt integrerende politikk med vekt på fellesskapsløsninger og modernisering.<sup>102</sup> Berge Furre skriver at utviklingslinjene for hva han kaller ”den sosialdemokratiske orden” ble lagt i denne perioden. Det er likevel uenighet blant historikere om graden av brudd og kontinuitet mellom årene 1935-1940 og etterkrigstiden.<sup>103</sup> Derfor er det interessant å få belyst nærmere en utstilling der målet var både å gjenspeile og forme utviklingen i årene rett før krigen. Rune Slagstad skriver at ”Vi kan”-utstillingen gjorde Oslo til et ”moderniseringssentrum”.<sup>104</sup> Denne oppgaven vil vise hvem i Oslo som gjorde byen til et moderniseringssentrum. Vi kan-utstillingen var en del av prosessen som skapte følelsen av optimisme på tross av de sosiale problemene som varte gjennom hele 1930-tallet. Denne analysen av den største utstillingen i Norge på 1930-tallet, kan være utgangspunkt for å forstå de norske utstillingene i mellomkrigstiden i relasjon til andre historiske prosesser.

### Tre former for modernisme

Bevisstheten om ”det moderne” kom til uttrykk på flere måter på Vi kan-utstillingen. Det var tidlig slått fast av OHIF at utstillingen skulle ha en ”moderne karakter”.<sup>105</sup> Håkan Thörn viser at ”*det moderne*” kan betegnes som en samfunnstilstand på tre grunnleggende måter. 1: Noe samtidig, det seneste, 2: Det som er kvalitativt nytt, og 3: Noe forbigående, noe som ikke varer evig eller er bestandig.<sup>106</sup> Erfaringen av slike endringer kan betegnes som *modernitet*. Marshall Berman viser at modernitet er erfaringen av å leve i en malstrøm av endringer der ingenting er varig. Prosessen er skapt av vitenskap, industri, demografiske endringer, massekommunikasjon, framvekst av byråkrati og nasjonalstater, massebevegelser og et

---

<sup>101</sup> Furre 2000, s. 85 og s. 95, Lange 1998, s. 12.

<sup>102</sup> Lange 1998, s. 12.

<sup>103</sup> Lange 1998, s. 12 viser til kontinuitet, mens Lie 2005 mener det er et brudd, ss. 651-655.

<sup>104</sup> Slagstad 1998, s. 183. Slagstad bygger her på Angell 1994a og Eskeland 1939.

<sup>105</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, Dokument fra ”Komitéen til forberedelse av en Håndverks- og Industriutstilling i Oslo 1938” til ”Oslo Håndverks- og Industriforenings Representantskap”, 20.02.34, s. 9. Dokumentet kalles heretter ”Forberedende komité, 20.02.34”.

<sup>106</sup> Thörn 1992, s. 57. En enklere måte å fortolke det moderne på finnes hos Østerberg 1999: Han skriver at det moderne er preget av det frie individet, fornuften og fremskrittet. De elementene i samfunnet som svarer til disse grunnbegrepene er moderne, se Østerberg 1999, s. 11-13.

kapitalistisk verdensmarked.<sup>107</sup> Modernitet er både sosial integrasjon og desintegrasjon.<sup>108</sup> Det er en følelse av fornyelse og tap på samme tid, og betyr derfor at erfaringene er ambivalente. Nye visjoner og verdier som fortolker og uttrykker modernitet, kaller Berman for *modernisme*.<sup>109</sup>

Arrangørene i OHIF erfarte at de levde i en tid med raske endringer skapt av vitenskap og industri. Foreningen mente at siden Jubileumutstillingen i 1914 ”har utviklingen gått med stormskritt og man er kommet inn i en helt ny epoke – flyveindustriens, i radioindustriens, ”Safety-First” bevegelsens, rasjonaliseringens og den teknisk-videnskapelige forsknings tidsalder.”<sup>110</sup> Denne moderniteten gjorde Vi kan-utstillingen modernistisk. Utstillingen fokuserte sterkt på hvordan industri, vitenskap, handel og offentlig byråkrati endret samfunnet. Likevel er det mulig å skille mellom tre fortolkninger av moderniteten på utstillingen, tre former for modernisme. Disse var en sosialestetisk, en teknisk-økonomisk og en sosialpolitisk modernisme, representert ved henholdsvis utstillingsarkitektene og Foreningen Brukskunst, arrangørene i OHIF og til slutt Oslo kommune. Disse tre formene for modernisme var knyttet til ulike aktører og interesser, og ikke alle fikk like stor plass i utstillingens budskap. I analysen vil disse bli undersøkt i et kulturhistorisk perspektiv som utstillingens meningsbærende dimensjoner.

## Et kulturhistorisk perspektiv

Den eksisterende forskningen på utstillinger som jeg er inspirert av, er i stor grad kulturanalyse. Jeg plasserer denne studien av Vi kan-utstillingen innenfor ”den nye kulturhistorien”. Erling Sandmo betegner ”den nye kulturhistorien” med ”kultur som teori”.<sup>111</sup> Den eldre retningen mentalitetshistorie undersøkte kultur i betydningen strukturer bak det konkret observerbare, og forsøkte å trenge inn menneskenes tenkemåter.<sup>112</sup> Den nye kulturhistorien har et kulturbegrep inspirert av antropologen Clifford Geertz. Kultur blir definert som noe utenfor menneskets hoder, og som framtrer i symboler som kommuniserer oppfatninger mellom mennesker.<sup>113</sup> Ingar Kaldal skriver at innenfor den nye kulturhistorien er ”kultur” ikke bare er det som kan rekonstrueres av handlinger og tanker fra fortiden, men ”det

---

<sup>107</sup> Tjelmeland 1995, s. 8.

<sup>108</sup> Tjelmeland 1995, s. 3.

<sup>109</sup> Tjelmeland 1995, s. 8.

<sup>110</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, Dokument fra ”Komitéen til forberedelse av en Håndverks- og Industriutstilling i Oslo 1938” til ”Oslo Håndverks- og Industriforenings Representantskap”, 20.02.34, s. 7.

<sup>111</sup> Sandmo 2002, s. 119.

<sup>112</sup> Sandmo 2002, ss. 119-122.

<sup>113</sup> Sandmo 2002, s. 122.

ein kan tolke seg fram til av kodar, figurasjonar, mønster, betydningslag og meiningssamanhengar som folk har handla og uttrykt seg *gjennom og i tråd med*.<sup>114</sup> Kaldal peker her på skillet mellom de som vil undersøke og rekonstruere tanker som ligger *bak* folks handlinger, og de sporene av folks handlinger som faktisk trer frem som kilder for historikerne og som dermed kan fortolkes. Oppgaven blir ”å tolke dei spora som både levd liv og tenkte tankar har etterlate seg, for å sjå kva koder og mønster av betydningar og meiningssinnhald dei kan lesast som uttrykk for.”<sup>115</sup>

Å analysere kultur som mening har vært sentralt i tidligere forskning om utstillinger, og kan derfor knyttes til den nye kulturhistorien. Brita Brenna skriver i sin avhandling:

En av grunnene til å kalle framstillingen kulturhistorisk er at den på ulike måter tematiserer hva deltakelsen på internasjonale arenaer *betydde* for norske organisatorer, utstillere og kunstnere. Det er meningen utstillingene ble tillagt og måten de fortolket på, jeg er opptatt av å undersøke og formidle.<sup>116</sup>

Brenna ser her utstillingene i et prosessperspektiv for å vise hvordan de blir til ved både å fortolke og produsere mening. Kulturhistorie skal derfor ikke reduseres til beskrivelser av systemer av normer, symboler og verdier. De må heller tolkes som elementer i og medier for aktivt å representere, konstruere og forandre erfaringer og sosiale relasjoner.

En utstilling var ikke bare representasjoner av noe i samfunnet. Brenna skriver om verdensutstillingene at deres ”betydning ble skapt ved at forskjellige ting og praksiser ble ført sammen og stilt ut, side om side. ”Disse tingene og disse praksisene [...] kan ikke reduseres til noen felles bakenforliggende årsaker, ikke løftes frem som eksempler *på det samme*.”<sup>117</sup> En utstilling blir hos Brenna definert gjennom tre instanser for den kommunikasjonsprosessen hvor meningen ble skapt. Disse er ”Hvem snakker”, ”Hva snakker” og ”Hvem snakkes det til”. Instansene kan omskrives med henholdsvis utstillere, objekt, tilskuere.<sup>118</sup> I min analyse er arrangører og utstillere ”hvem”, gjenstandene er ”hva” og tilskuere er dem det snakkes til. I likhet med Brenna vil jeg bruke disse instansene til å analysere en utstilling som et sted ”hvor identitet ble skapt og befestet, mening ble erfart og oversatt, og det ble forhandlet om identitet, mening og makt.”<sup>119</sup> Slik ser jeg Vi kan-utstillingen i et prosessperspektiv der utstillingen ble brukt til å konstruere en ny mening for arrangører, deltakere og tilskuere.

---

<sup>114</sup> Kaldal 2002, s. 35.

<sup>115</sup> Kaldal 2002, s. 36.

<sup>116</sup> Brenna 2002, ss. 4-5. Med internasjonale arenaer menes her verdensutstillingene i perioden 1851-1900.

<sup>117</sup> Brenna 2002, s. 5.

<sup>118</sup> Brenna 2002, s. 26.

<sup>119</sup> Brenna 2002, s. 27.

Dette skjedde i brytningen mellom utstillingens egne strukturer for fremstilling, i forhandlinger mellom aktørene, og påvirket av den historiske konteksten rundt utstillingen.

I disse prosessene ble ideer og interesser fremstilt gjennom ulike ideologier i utstillingens budskap om forbruk og velferd og samarbeid. Arrangørene har i størst grad gitt uttrykk for sine oppfatninger gjennom mye skriftlig materiale. Deltakerne på utstillingen, bedrifter, organisasjoner, Oslo kommune osv. kan settes i perspektiv ut fra andre undersøkelser om hvilke prosesser de var en del av ellers i samfunnet. Tilskuerne er den gruppen det er vanskeligst å vite noe om, men avisene fremstår som en viktig kilde til resepsjonen av utstillingen. For alle tre instanser er det sentralt å analysere aktørenes synspunkter på bakgrunn av interesser og ideologier. Den nederlandske kultur- og samfunnsforskeren Teun van Dijk har vist grunnleggende betydninger og virkemåter for begrepet ideologi definert som:

[...] the basis of the social representations shared by members of a group. [...] ideologies allow people, as group members, to organize the multitude of social beliefs about what is the case, good or bad, right or wrong, for them, and to act accordingly.<sup>120</sup>

Ideologier organiserer oppfatninger og gir grunnlag for handling. Med ideologiene som grunnlag blir handlingene til aktørene rettferdiggjort, de blir legitime. Dette er en av de viktigste funksjonene til en ideologi.<sup>121</sup> Utstillingen fikk legitimitet ut fra det ideologiske innholdet som den formidlet. Og selve utstillingsideologien som Ekström beskriver, legitimerte tanken om utstillingen som prosjekt ved å appellere til fellesskap, fredelig konkurranse og stadige fremskritt. For kunne analysere og føre sammen mening på ulike delområder ved utstillingene, bruker Brenna det vide begrepet kulturhistorie.<sup>122</sup> De ulike delområdene på Vi kan-utstillingen knyttet til forbruk, velferd og samarbeid, viser både til konkrete sosiale forhold og ideologier knyttet til ulike grupper i samfunnet. Aktørene bak utstillingen reproduserte disse forholdene med sitt prosjekt. Sammen med reproduksjon av ideologier gikk også forsøk på å *konstruere* nye kulturelle mønstre gjennom utstillingen.

Å formidle ideologier handler om å reproducere dem, og van Dijk mener ideologi kan reproduseres bl.a. gjennom sosiale representasjoner som propaganda.<sup>123</sup> Arrangørene av Vi kan-utstillingen beskrev sitt eget budskap som propaganda. Utstillingene var en arena som oppfordret tilskuerne til å ta del i de ideologiene som ble presentert. Den svenske historikeren

---

<sup>120</sup> van Dijk 1998, s. 8.

<sup>121</sup> van Dijk 1998, s. 255.

<sup>122</sup> Brenna 2002, s. 5.

<sup>123</sup> van Dijk 1998, ss. 228-229.

Ylva Habel skriver om tilskuerne på Stockholmsutstillingen 1930 som ved å akseptere budskapet ”skriv inn sig själv, och jämföra sina livsprojekt med de förebilder som presenterades”.<sup>124</sup> Det har blitt pekt på at det ikke er mulig å måle effekten av en utstilling.<sup>125</sup> På grunnlag av mitt materiale er jeg enig i at det er vanskelig å måle nedslag av komplekse prosesser som kom til uttrykk gjennom Vi kan-utstillingen, men utstillingen er interessant som en integrert del av disse prosessene. En undersøkelse av utstillingens mening for arrangører, deltakere og tilskuere vil skape forståelse for hvilke faktorer som skapte utstillingen, og hva den etterlot seg av forestillinger.

Robert Rydell skriver i sin studie om amerikanske utstillinger i perioden 1876-1916: ”The influence of America’s international expositions permeated the nation’s arts, political system and economic structure. Far from simply reflecting American culture, the expositions were intended to shape that culture. They left an enduring vision of empire.”<sup>126</sup> Utstillingene bidro derfor til å skape selvbilder i det amerikanske samfunnet. Det er ikke mulig å si om Vi kan-utstillingen på samme måte ”gjennomtrengte” kunst, politikk og økonomi. Men utstillingen skapte et budskap om klasseforsoning mellom ”åndens og håndens arbeidere”, forsoning mellom by og land, privat forbruk og offentlig velferd med Oslo som moderniseringssentrum. Håndverks- og industribedrifter, organisasjoner og Oslo kommune var aktørene som gjennom utstillingspraksisen artikulerte dette felles uttrykket.

Med et ideologisk basert budskap ville arrangører og deltakere definere et hegemoni. Dette kulturelle uttrykket på utstillingen skulle være politisk virkende krefter. Internasjonale utstillinger har blitt undersøkt med teoriene til Antonio Gramsci om hegemoni.<sup>127</sup> Hegemoniet tilsvarer ikke bare de dominerende tankene, men også normer, holdninger og måter å forholde seg på. Å besitte hegemoniet er å ha makten til formulere de spørsmål, problemer og verdihierarkier som setter rammene for samfunnets livsnorm. Hegemoniet angir dermed en retning, den peker ut en måte å oppfatte og forholde seg til verden og fremstår med en påstand om å svare til en kollektiv vilje.<sup>128</sup> Felles for de tidligere utstillingsstudiene har vært å vise ”hvordan den dominerende klassens definisjon av virkeligheten ble spredt og akseptert som naturlig”.<sup>129</sup> Oppslutningen i samfunnet om utstillingene viste en spontan aksept av den retningen for utviklingen som ble uttrykt, og budskapet fikk styrke fra arrangørens rolle i

---

<sup>124</sup> Habel 2006, s. 8.

<sup>125</sup> Lange 1998, s. 32.

<sup>126</sup> Rydell 1984, s. 237.

<sup>127</sup> Brenna 2002, se spesielt ss. 35-41, Ekström 1994, ss. 204-232 og Rydell 1984, ss. 2-3.

<sup>128</sup> Ekström 1994, s. 211.

<sup>129</sup> Brenna 2002, s. 35.

produksjonen, hevder Rydell.<sup>130</sup> De som deltok på utstillingene, fikk del i den autoriteten som hørte til prosjektet.<sup>131</sup> Gramsci viste sammenhengen mellom det kulturelle og politiske feltet der kultur og kampen om virkelighetsoppfatninger selv er politisk virkende krefter. Å ha hegemoniet innebærer både å definere det og få gjennomslag for det.<sup>132</sup> Ekström skriver om hvordan Stockholmsutstillingen 1897 i samtiden ble tillagt å skape nasjonal samhörighet, sprengte klassegrenser som ellers skapte uro, og skape en følelse av glede, stolthet og fremtidstro.<sup>133</sup> Hegemoniet var ikke nødvendigvis et forsøk på konspiratorisk maktutøvelse fra aktørene, men var ”lika ofta en oreflekterad funktion av vissa sociala förhållanden och positioner”<sup>134</sup>. Graden av bevissthet i formidlingen økte derimot når budskapet fikk pedagogiske former.<sup>135</sup> Vi kan-utstillingen representerer begge former for makt. Arrangører og deltakere definerte utstillingens budskap, og omsatte dette til taler, avisinnlegg og pedagogiske utstillinger med ”belærende” form.

Kjeldstadli har satt teorien om et kulturelt hegemoni opp i mot påstanden om klasseforsoningen på 1930-tallet, og mener det foregikk en samling ovenfra.

Den herskende ideologi var ikke bare de herskendes tanker, men ble også de behersketes tanker. Gjennom virksomheten til ideologiske apparater som enhetsskole, rikskringkasting og en felles militærtjeneste, ble en forestillingsverden spredt. Om ikke de beherskete tok opp i seg alt tankegods fra dem som dominerte, så ble de presset til å tenke innafor de samme kategoriene, besvare de samme type spørsmål, godta de samme grensene for hva som ble sett som mulig, realistisk, rimelig og rasjonelt, og akseptere den samme grunnleggende virkelighetsforståelsen.<sup>136</sup>

Vi kan-utstillingen var også et ideologisk apparat som arrangører og deltakere kunne bruke til å definere og få gjennomslag for sitt hegemoni. Utstillingene hadde et stort potensial som redskaper til makt, og bør derfor betraktes kritisk.

## Kilder og kildeteoretiske utfordringer

Kildene til ”Vi kan”-utstillingen kommer fra flere arkiver og institusjoner. Mange av kildene har ikke vært gjennomgått tidligere. Arkivmateriale fra arrangørene finnes hos Oslo håndverks- og industriforening (OHIF) med dokumenter fra forberedelse, gjennomføring og etterarbeid i perioden 1932-39. Oslo byarkiv har materiale fra utstillingskomiteen for

---

<sup>130</sup> Rydell 1984, s. 2.

<sup>131</sup> Rydell 1993, s. 6.

<sup>132</sup> Brenna 2002, s. 36.

<sup>133</sup> Ekström 1994, s. 280.

<sup>134</sup> Ekström 1994, s. 213.

<sup>135</sup> Ekström 1994, s. 213.

<sup>136</sup> Kjeldstadli 2000, s. 68.

paviljongene til Oslo kommune. Trykket materiale har vært en annen viktig kilde. Nasjonalbiblioteket i Oslo har bøkene og bladene som ble utgitt i forbindelse med utstillingen, og andre magasiner og ukeblader med artikler om utstillingen. Avisene i Oslo skrev om utstillingen i perioden 1932-39. OHIF hadde et klipparkiv fra Arbeiderbladet, Aftenposten, Dagbladet, Handels- og sjøfartstidende, Morgenbladet, Morgenposten og Tidens Tegn. Dette var klipp fra perioden 1937-39, og ellers spredte klipp i det øvrige arkivmaterialet. Et klipparkiv finnes også hos Oslo Bymuseum som gir noen utfyllende klipp.

På Nasjonalbiblioteket i Oslo har jeg også undersøkt Arbeiderbladet, Aftenposten og Tidens Tegn for perioden 08.11.38-31.12.38 for å få vite mer om hvordan forslaget om utstillingen ble mottatt. Det øvrige tidsrommet 1933-39 har jeg ikke undersøkt ettersom rammen for en masteroppgave ikke gir rom for undersøke sju årganger fra sju osloaviser. I de trykte kildene er det gjengitt flere utdrag fra utenlandske aviser, men jeg ikke undersøkt utenlandske primærkilder. De utdragene som var gjengitt gav også forholdsvis lite relevant informasjon, og repeterte gjerne opplysninger som også var i norske aviser.<sup>137</sup> En potensiell kildegruppe var materiale etter deltakerne. Lilleborg a/s var blant de største deltakerne, og bedriftsmuseet ble kontaktet. Utbyttet var kun et album med bilder og tekst om Lilleborgs paviljong. Bildematerialet gav interessante illustrasjoner og eksempler, mens teksten var av mer teknisk karakter om priser og byggematerialer. Flere bedriftsarkiv ble ikke kontaktet siden utbyttet hos Lilleborg var relativt lite og det øvrige kildematerialet var omfattende.

Alle deler av utstillingen er ikke tilgjengelig for meg gjennom disse kildene. Imidlertid gir bredden av kilder et forholdsvis samstemt inntrykk, og det er grunn til å tro at jeg ikke mangler vesentlig informasjon. Klipparkiver kan være problematiske å bruke som kildesamling ettersom det allerede er foretatt et utvalgt av kilder. Innholdet i de trykte kildene har vært avgjørende for kapittelinnstillingen og emnevalg i oppgaven. Det har selvsagt vært enklest å skrive om emner som er bredt beskrevet, men det er problematisk å la kildene være ledende for valg av studieobjekter. Men mitt tematiske fokus samsvarer med hva arrangører og deltakere ville at skulle bli forbundet med utstillingen. Det som var viktigst for dem bør også undersøkes mest kritisk.

---

<sup>137</sup> I beretningen om utstillingen (se Eskeland 1939, s. 47) er det avbildet en stor bunke med 16 klippbøker, de fleste i A-3 format og hver av dem trolig mer enn 5 cm tykke. Disse inneholdt avisklipp fra inn- og utland om utstillingen. I dag finnes disse ikke hos OHIF, men i deres arkiv fant jeg en fortegnelse over arkivet som inkluderte klippbøker. I denne arkivfortegnelsen sto det om materialet: "Båret ned i kjelleren fra Vi kan-utstillingens kontor". Kontoret hadde vært i lokalene til OHIF. Klippbøkene som er avbildet er trolig de samme som fortegnelsen. Jeg undersøkte om dette materialet kunne være avlevert til Oslo Byarkiv, Riksarkivet eller Nasjonalbiblioteket i Oslo, men svaret var negativt. Omfanget av avisklipp indikerer at Vi kan-utstillingen ble omfattet med stor interesse i utlandet, særlig var det klipp fra nordiske aviser som fylte opp flere bøker.

Kildene gir mulighet til å se utstillingen som en prosess fra både ”innsiden og utsiden”. Arkivmaterialet med brevkorrespondanse, møtereferater og notater viser ”innsiden” med adgang til uoffisielle tanker hos aktørene. De trykte kildene som arrangørene laget skulle vise prosjektet fra utsiden på en offisiell måte og er aktørenes selvframstilling. Disse framstillingene må derfor leses som uttrykk for mønstre og ideologier fremfor faktiske utsagn som beskriver tilstanden. De er levninger fremfor beretninger, og dette gjelder særlig den offisielle ”beretningen” skrevet av Eskeland. Utstillingskatalogen ”Katalog og Oslofører Håndverks- og industriutstillingen i Oslo 1938” og utstillingsmagasinet ”Vi kan-bladet” har begge en klar tendens siden de er laget for å gi et positivt inntrykk av utstillingen. Beretningen ”Vi kan-utstillingen” er skrevet i ettertid og skal forsøke å fastholde dette inntrykket hos leseren. Arbeidsdokumenter og trykket materiale utfyller hverandre, og viser stort samsvar i motiver for utstillingen. Avisene hadde også et perspektiv på utstillingen fra utsiden. Partipressen sto sterkt i mellomkrigstiden.<sup>138</sup> Særlig Aftenposten var en sterk støttespiller for utstillingstanken, og satte den som et alternativ til planøkonomi.<sup>139</sup> Det vanligste var likevel at avisene gav detaljerte beskrivelser av det som ble stil ut. Her falt Oslo-avisene inn i en typisk reportasjeform ved utstillinger, der avistekstene ble ”representasjoner av representasjonen”.<sup>140</sup> Flere ganger er det også arrangørene selv som blir referert i avisene med sine oppfatninger og planer. De norske journalistene deltok i ”Vi kan-klubben” som arrangørene organiserte for å gi journalistene informasjon i tiden før utstillingen. Arrangørene påvirket journalistenes oppfatninger, utstillingen fikk ”venner”, skrev Eskeland.<sup>141</sup> Kommentarene i avisene var også i stor grad positive, og fungerte som tekstreklame. Avisene er likevel den kilden som også viser resepsjonen av utstillingen, der kommentarene kunne tilføre utstillingen andre meninger enn hva arrangørene selv artikulerte.

## Disposisjon

Oppgaven tar for seg årene i 1932-39, og ser på prosessen med forberedelser og gjennomføring av Vi kan-utstillingen. Oppgaven er delt inn i seks kapitler. Kapittel 1 som er innledningen har gitt en første presentasjon av utstillingen, problemstillinger og hypoteser, analytisk perspektiv og bakgrunn for de temaene som skal undersøkes. Kapittel 2 og 3 handler

---

<sup>138</sup> Bastiansen og Dahl, ss. 241-243.

<sup>139</sup> Aftenposten 16.02.38

<sup>140</sup> Fjeldstad 1998, s. 119.

<sup>141</sup> Eskeland 1939, s. 48. Denne klubben bygget på at journalistene skulle ”se og oppleve mest mulig, men om de vilde skrive noe, og *hva* de vilde skrive, det blev deres egen sak.” Dette tiltaket mente det svenske reklametidsskriftet Futurum var ”en ganske orginnell och ur allmän turistanskaffningssynspunt säkert effektiv reklamform”. Arrangørene påvirket journalistenes oppfatninger, utstillingen fikk ”venner”, skrev Eskeland.



om forberedelsene, og har en kronologisk grunnstruktur. Kapittel 4 og 5 handler om innholdet på utstillingen konsentrert om forbrukerkultur og Osloidentitet. Kapittel 6 er konklusjonen hvor disse trådene samles til en felles fortolkning av hele Vi kan-utstillingen som historisk hendelse med politisk og kulturell relevans.

*Kapittel 2 Et tiltak i krisetid.* Hvorfor ble planene om en utstilling godt mottatt? I Norge var det en tradisjon for å lage utstillinger og varemesser, og denne ble tatt i bruk i lys av problemene under den økonomiske krisen. Videre handler det om etablering av styringsstruktur, tomtevalg og finansiering. Avgjørelser om de praktiske forholdene ble alle påvirket av ideologiske oppfatninger som viser hvilke interesser utstillingen var ment å tjene. Hvordan viste aktørene at de laget en utstilling som gav uttrykk for et kulturelt hegemoni?

*Kapittel 3 Funksjonalisme til pynt.* Dette handler om estetikken i økonomien som konfliktfelt. Foreningen Brukskunst og utstillingsarkitektene fikk ikke gjennomslag for sine sosialestetiske ambisjoner for Vi kan-utstillingen. Begge var tilhengere av den radikale funksjonalismen. Hvilke ideologier og interesser hindret disse ideene i samarbeidet med OHIF? Med de sosialestetiske aktørene ute av bildet forsvant samtidig muligheten til å lage en sterk programmatisk utstilling på linje med det svenske forbildet Stockholmsutstillingen 1930. Dermed var grunnlaget lagt for en utstilling preget av andre interesser enn sitt svenske motstykke. Det norske uttrykket samlet seg om de tre temaene for de to kapitlene som fortolker innholdet på utstillingen.

*Kapittel 4 Feiring av forbruk.* Utstillingen oppfordret sterkt til økt forbruk. Hvordan bidro utstillingen til en ideologisk utforming av den nye forbrukerkulturen som brøt igjennom på 1930-tallet? De nye forbruksvarene ble prestert med et budskap om "kjøp norsk", og appellerte til både saklighet og hedonisme. På den ene siden hadde forbrukeren et sosialt ansvar for bidra til nasjonaløkonomien, der varene samtidig var et ledd i en sosialhygienisk tankegang for nye og riktige handlingsmønstre. På den annen side var det flere produsenter som appellerte sterkt til hedonisme med gigantiske installasjoner av merkevarer. Mengden av nye forbruksvarer førte også til at produksjonen i håndverket var truet, og skapte en ambivalent undertone til fremskrittet. Hvordan kunne disse posisjonene stå side om side på en utstillingen for en ny forbrukskultur?

*Kapittel 5 "Vi" på utstilling.* Arbeidet for en ny osloidentitet ble forbundet å skape et nytt ideologisk fellesskap i samfunnet. På hvilken måte bidro deltagelsen fra Oslo kommune til at utstillingen fikk et sosialt integrerende budskap? Oslo kommune samarbeidet med næringslivet i byen om en felles utstilling. De sosiale tiltakene skulle være for alle og bygget på den sosialhygieniske tanken om utjevne sosiale forskjeller med riktige handlingsmønstre

for bedre boliger, kosthold og friluftsliv. Oslo skulle med dette bli et forbilde for hele landet.  
Hvordan kunne dette politiske budskapet fremstå upolitisk på utstillingen?

## Kapittel 2 Et tiltak i krisetid

*Dette at vi i pessimismen og mot denne får noget å samle oss om. I foretagsomhet! En landsutstilling.*

*På lederplass i Aftenposten 15.11.32*

Vi kan-utstillingens utforming, budskap og mening ble til gjennom nesten seks år med forberedelser. Mellom 1932 og 1938 arbeidet OHIF med planene for utstillingen i samarbeid med bedrifter, organisasjoner og offentlige myndigheter. OHIF hadde hele tiden innflytelse med det koordinerende ansvaret og avgjørende myndighet i planleggingen. Aviser, bedrifter og organisasjoner bidro med kritikk av prosjektet og sine forslag som fikk innvirkning på utstillingens profil. Planleggingen kan betraktes som en slags forhandlinger mellom flere aktører ut fra en rekke hensyn som alle tilførte Vi kan-utstillingen mening.

Da Th. Platou lanserte ideen om en utstilling i 1932, ble den relatert til krise og vekst, reklame, klasseforsoning, og markering av OHIF som organisasjon. Den sterke gjennomslagskraften som planene fikk i årene frem mot 1938, skyldtes i stor grad utstillingsmediets særegne ideologi og virkemåte. Til forskjell fra enkelttiltak ble det her mulig å samle flere hensyn og formål i ett prosjekt. Dette skulle garantere for et upolitisk prosjekt. Men forberedelsene viste at prosjektet ble styrt av ideologiske og politiske hensyn, og at selve utstillingen også ble ideologisk og politisk.

Konkret handlet forberedelsene om lokalisering, klassifisering av innhold og finansiering. En avgjørende endring i forutsetningene var at prosjektet gikk fra å være en begrenset landsutstilling for varer og tjenester til en utstilling for hele Oslo som bysamfunn. Her fulgte OHIF en pragmatisk linje og brukte retoriske grep for å samle oppslutning om egne interesser gjennom utstillingen. Betegnelser som "en moderne utstilling", "en altomfattende Oslo utstilling" og en "Oslo sak" ble brukt til å gi utstillingen en så bred tilslutning som mulig, men dekket samtidig over at næringslivet fikk definere innholdet i begge begrep. OHIF fremstilte det slik at utstillingen ikke representerte bestemte gruppers interesser, men at den var i alles interesse samtidig. Utstillingen skulle tjene næringsinteresser, men fikk legitimitet ved å appellere til fellesskap. Gjennomslaget for disse ideene viser at næringsborgerskapet i Oslo kunne bruke utstillingen til å definere og få gjennomslag for sitt kulturelle hegemoni. Dette kapittelet vil vise hvilke prosesser som gjorde det mulig for OHIF å ta i bruk en utstilling som et redskap for sine interesser.

## En kostbar plan ved krisens nullpunkt

Høsten og vinteren 1932 var virkningen av den økonomiske verdenskrise på sitt mest alvorlige for norske bedrifter. På den årlige stiftelsesfesten til OHIF den 8. november tegnet formann Th. Platou et dystert bilde av den politiske og økonomiske situasjonen i landet, før han stilte følgende spørsmål:

Hva kan håndverkets og industriens menn gjøre for å skaffe øket beskjeftigelse? Hva kan vi gjøre for å fremme norsk håndverk og industri? Jeg drister mig til å fremkaste den tanke til overveielse, om man ikke hånd i hånd med arbeidet for fremme av norsk håndverk og industri og arbeidet for å gi flest mulige norske arbeidere beskjeftigelse, snart burde få et virkelig overblikk over hvor langt norsk produksjon har bragt det. Vil det ikke være ganske påkrevet og helt i tråd med alle bestrebelse for å fremme bruken av norske varer, at vår forening slår til lyd for en landsutstilling for håndverk og industri sammen med Staten, Oslo kommune, Norges varemesse og Landsforeningen for Norsk Arbeide, Norges håndverkerforbund og Norges Industriforbund.<sup>142</sup>

Denne uttalelsen var den offisielle starten på det som ble Vi kan-utstillingen, og viser hvordan OHIF her forsøkte å knytte sammen flere interesser. Hensynet til norsk produksjon under krisen var grunnleggende.<sup>143</sup> Ambisjonen om ”øket beskjeftigelse” og ”fremme norsk håndverk og industri” var forsøk på å løse problemer med arbeidsledighet og sviktende omsetning som var skapt av krisen. Forslaget uttrykte også en generell selvhevdelse av OHIF og interesser hos medlemmene. De ville skape økt selvtillit i næringslivet ved ”å fremme bruken av norske varer”. Metoden var et ”overblikk over hvor langt norsk produksjon har bragt det” som viste at norsk håndverk og industri holdt følge med utviklingen. Dette bygget på en utstillingsideologisk oppfatning der utviklingen ble forstått som en fast størrelse som man kunne måle seg selv mot gjennom utstillinger. Forslaget fra Platou koblet utfordringene under krisen til virkemidler fra utstillingsideologien.

Internasjonalt var utstillinger tidligere blitt begrunnet med ambisjonen om å skape ”overblikk” over utviklingsnivået. ”Verdensutstillingene var forsøk på å sammenfatte verdens tilstand”.<sup>144</sup> Før 1.verdenskrig hadde dette vært gjort i en verden preget av økonomisk fremgang, og liknende ideer preget også norske utstillinger i samme periode.<sup>145</sup> Internasjonale utstillinger etter 1900 fokuserte mer på varehandel enn tidligere, men ideen om overblikk ble likevel videreført i retorikken.<sup>146</sup> Overblikket over utviklingen forstått som teknologisk

---

<sup>142</sup> Eskeland 1939, s. 6.

<sup>143</sup> Eskeland 1939, s. 7.

<sup>144</sup> Brenna 2003, s. 48.

<sup>145</sup> Brenna 2002, s. 78.

<sup>146</sup> Ekström 1994, s. 57.

endring var sammen med krisen en viktig forutsetning for at en utstilling ble interessant.<sup>147</sup> ”Med det tempo den tekniske utvikling innen håndverk og industri har jaget gjennom disse år, vet vi at utviklingen har vært revolusjonerende, men hvor langt har vi nådd?”<sup>148</sup> Overblikket var et forsøk på å oppsummere og kontrollere de endringene som man opplevde. OHIF fylte også 100 år i 1938, og ønsket om en markering kan ha virket sammen med et behov for å plassere seg selv som organisasjon i forhold til utviklingen. Begrunnelsen til Platou kombinerte de sosiale og økonomiske utfordringene under krisen med utstillingsideologi. Disse forholdene gikk med Platous egne ord ”hånd i hånd”, og det var kombinasjonen som gav utstillingstanken styrke.

### Planen skapte begeistring

OHIF hadde som nevnt arrangert to industriutstillinger i Kristiania på 1800-tallet og Jubileumsutstillingen på Frogner i 1914. Alle hadde vært viktige bidrag til en norsk utstillingstradisjon. Forslaget i 1932 viste at denne tradisjonen fortsatt hadde en legitim plass i OHIF samtidig som den var i endring. Tidligere var utstillinger begrunnet som feiringer av fremskrittet og det nasjonale fellesskap.<sup>149</sup> Det nye var at utstillingene nå ble redskap til å motvirke krisen.<sup>150</sup>

Planene om en utstilling var i likhet med andre krisetiltak et forsøk på å gripe aktivt inn og styre utviklingen. Det skulle sette folk i arbeid og skape økt omsetning. Forbruksvarer ble nå de sentrale utstillingsgjenstandene, og de ble fulgt av mer omfattende reklame enn før. Aftenposten skrev i november 1932 om disse endringene i et intervju med Platou:

I 1914 var det jubileum og fest, og utstillingen omfattet så å si alt, utstillingen i 1938 blir av et strengere praktisk tilsnitt, den skal omfatte kun håndverket og industrien og innen denne vesentlig hjemmeindustrien, den skal klargjøre Norges produksjonsmuligheter i flukt med varemessens idé.<sup>151</sup>

En nasjonal selvbevissthet skapt av norske varer ble også et tiltak for samarbeid. Fra et borgerlig synspunkt ble utstillingene derfor aktualisert av de sosiale problemene skapt av krisen. Aftenposten gav sin støtte til planene på lederplass 15.november.<sup>152</sup> Etter en innledning hvor det ble slått på nasjonale strenger med sitat av Bjørnson, ble Platous forslag

---

<sup>147</sup> Ekström 1994, ss. 57-58.

<sup>148</sup> Eskeland 1939, s. 7.

<sup>149</sup> Ekström 1994, s. 57 og ss. 279-280.

<sup>150</sup> Rydell 1993, s. 6.

<sup>151</sup> Aftenposten aftenutg. 11.11.32 Det er ikke like klart i alle tilfeller om disse synspunktene i en tidlig fase kom fra OHIF eller fra Aftenposten, siden avisen både formidlet, kom med egne forslag og var pådriver for utstillingsplanene før de ble formalisert av styrende organer i OHIF.

<sup>152</sup> Aftenposten morgenutg. 15.11.32

om en landsutstilling utlagt som: ”Et synlig tegn på hva vi evner”. Deretter påsto Aftenposten at: ”mismod gjør vel ennu det tyngste innslag i folkets mentalitet, i dets stemning i dag”. Dette ble holdt opp mot de handlekraftige menn, ”men of facts” som ville gjennomføre utstillingen.

Selvhjulpenhet, så langt vi rekker – og utstillingen skal vise hvor langt vi rekker – under feltropet: Norske varer! Dette er et tiltak. Og deri ligger utstillingens fornemste betydning. Dette at vi i pessimismen og mot denne får noget å samle oss om. I foretagsomhet! En landsutstilling. [...] Slik at vi får noget å samle oss om i mot, i troen på vår evne, stimulerende denne tro og innstillende folkets tanke på langt syn inn i fremtidsperspektivet, istedenfor å stirre seg dådløs på nutidens gråhet.

Slik mente Aftenposten at en utstilling ville sette i gang prosesser med aktivitet, vekst og økt omsetning som resultat. Argumentet ”noget å samle oss om. I foretagsomhet” viser at arbeidet med utstillingen ble forstått som et tiltak for samarbeid. Ideene hos Aftenposten fantes også hos andre.

I flere oppslag viste Aftenposten hvordan ulike grupper og personer gav sin støtte til utstillingen. Håndverkere, ledende lokalpolitikere, formann Halvard Olsen i Arbeidernes faglige Landsorganisasjon, direktør Finn Dahl i Norsk Arbeidsgiverforening, og disponent Rolf Stranger i Norges Varemesse begrunnet alle sin tilslutning med utgangspunkt i krisen. Sysselsetting, økt omsetning og nasjonal selvbevissthet var avgjørende for dem. De var bevisst forholdet til en eldre utstillingstradisjon. Stranger, som senere ble medlem av hovedstyret for Vi kan-utstillingen, mente at utstillinger før hadde blitt arrangert i lys av jubileer, som profileringstiltak eller for å ha ”innevarslet nye epoker innenfor smags-, kunst- og andre retninger”.<sup>153</sup> Nå mente han utstillingene også betydde en økt satsing på reklame for å fremme omsetning. ”[...] utstillingene har i de senere årene mer og mer fått sin store, og vil etter min mening komme til å få ennu større betydning for produksjonslivet, og særlig når utstillingene arrangeres som spesialutstillinger, ledsaget av en sterk og gjennomtenkt propaganda”.<sup>154</sup> I løpet av 1930-tallet ble reklame en akseptert og integrert del av næringslivet.<sup>155</sup> På denne tiden ble reklame omtalt som propaganda og ordet hadde en nøytral betydning.<sup>156</sup> I økende grad ble reklame også oppfattet som et virkemiddel mot krisen.<sup>157</sup> Reklame var likevel ikke nok til å begrunne hele prosjektet.

Støtten til utstillingen skyldtes at den var en plan for å gripe direkte inn i kriseproblemene. Målene om økt sysselsetting og omsetning ble forent, og midlene var både

---

<sup>153</sup> Aftenposten, aftenutg. 01.12.32.

<sup>154</sup> Aftenposten, aftenutg. 01.12.32.

<sup>155</sup> Nielsen 1978, s. 73.

<sup>156</sup> Bastiansen og Dahl 2003, s. 270.

<sup>157</sup> Nielsen 1976, s. 43.

perioden med forberedelser og utstillingen selv. Samlingen om et felles prosjekt var også et uttrykk for samarbeid i en tid preget av krise og konflikt. Dette skulle skape en stemning av optimisme som pressesjef Eskeland senere beskrev som å rette blikket ”fremover”.<sup>158</sup> Disse momentene skapte støtte til utstillingstanken. Ideene skulle nå bli omsatt i konkret arbeid med planlegging organisering av utstillingen ledet av OHIF. En ny utstilling med nye mål reiste også mange nye spørsmål om hvordan oppgaven skulle løses.

## Byens fremste menn tok styringen

Hele den formelle prosessen med planlegging og gjennomføring av utstillingen var i regi av OHIF. Initiativet fra Platou på stiftelsesfesten 8.november var på forhånd klarert med hovedstyret.<sup>159</sup> Forslaget hadde fått god oppslutning offentlig, og representantskapet vedtok den 29.november å sende ut en forespørsel om å opprette en komité som skulle ”undersøke ønskeligheten av og muligheten for å reise en landsutstilling for håndverk og industri i Oslo – Aker”.<sup>160</sup> Forespørselen gikk ut til Handelsdepartementet, Kirke- og undervisningsdepartementet, Oslo kommune, Aker kommune, Norges Håndverkerforbund, Norges industriforbund, Norges Varemesse, Landsforeningen Norsk Arbeide og Foreningen Brukskunst.<sup>161</sup> Komiteen fikk tilslutning fra alle, og det første møtet ble holdt 10.01.33.<sup>162</sup> Medlemmene i komiteen var ”byens fremste menn” som det het i tidens sjargong.<sup>163</sup> Disse var: direktør Th.Platou, bakermester Brun, ekspedisjonssjefene Hillestad og Vigstad, viceordfører Fr. Heiberg, ordfører E. Schiøtz, murmester Arthur Nordlie, direktør Lorenz Vogt, generalkonsul Rickard Bjercke, disponent Rolf Stranger, overlærer Jacob Prytz og skattefogd Brinchmann.<sup>164</sup> Medlemmene representerte på flere måter eliten i samfunnet gjennom yrke og offentlige verv. En del av dem tilhørte næringsborgerskapet eller øvre middelklasse i Oslo som industriledere og næringsdrivende. Resten kom fra den øvre middelklassen som politikere, byråkrater og håndverkere. Flere av dem var akademikere, særlig jurister, andre hadde utdanning fra Oslo handelsgymnasium eller som håndverkere. Flere var også medlemmer av Høyre. Komiteen var uten representanter for arbeidstakere, vitenskap og kunst.

---

<sup>158</sup> Eskeland 1939, s. 8.

<sup>159</sup> Eskeland 1939, s. 7.

<sup>160</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V Vi kan-utstillingen I, brev fra OHIF av 30.11.32.

<sup>161</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V Vi kan-utstillingen I, brev fra OHIF av 30.11.32.

<sup>162</sup> Eskeland 1939, s. 10.

<sup>163</sup> Eskeland 1939, s. 10.

<sup>164</sup> Eskeland 1939, s. 10. En kort oppsummering av bakgrunnen til medlemmene, se Biografiske opplysninger.

På forhånd var det et interessefelleskap mellom personene i komiteen der nesten alle hadde verv i organisasjonene i næringslivet eller hos offentlige myndigheter i tilknytning til næringslivet. Kunnskap om reklame og utstillinger ble ivaretatt av Landsforeningen Norsk Arbeide, Norges Varemesse og Foreningen Brukskunst. De to første var næringslivets egne foreninger, mens Foreningen Brukskunst hadde en mer selvstendig stilling og formål med ønsket om å spre ”den gode smak”. Kontinuiteten til norsk utstillingstradisjon var representert med skattefogd Brinchmann som hadde vært sekretær for Jubileumsutstillingen i 1914 og skrevet beretningen herfra.

De fleste medlemmene tilhørte ”det praktiske liv”, som næringslivet også ble kalt, gjennom yrke eller organisasjoner. Dette kom til å prege utredningsarbeidet om vilkårene for en utstilling som ble foretatt i 1933. Viktige føringer for valg av utstillingstomt, finansiering og innhold ble gjort i et dokument levert representantskapet i OHIF våren 1934. Alle vurderingene her ble gjort uten å referere til eksplisitte ideologiske eller politiske argumenter, og hadde en praktisk tilnærming til utstillingens mål om å motvirke krisen. Men det som ble oppfattet som praktisk tok utgangspunkt i både kulturelle mønstre og utstillingsideologi blant medlemmene i komiteen. Vurderingene er derfor kulturelt farget av sosiale motsetninger og av politiske ønsker om hvilke interesser som skulle tjene på en utstilling. Dermed fikk planene et ideologisk og politisk preg i spørsmål om tomtevalg, klassifisering av innhold og finansiering.

## Fra landsutstilling til Oslo-utstilling

Valg av utstillingsområde var en av de første saker som komiteen arbeidet med. For en landsutstilling var det nødvendig med et stort areal. En rekke forhold ble tatt i betraktning. Grunnforhold og nødvendig infrastruktur som kommunikasjoner, vann, kloakk var viktig. I den grad dette måtte utbedres ville det kreve større grunnlagsinvesteringer. Mulige effekter på byutviklingen ble i noen grad vektlagt, men det viktigste var hva som kunne tjene utstillingen som prosjekt.<sup>165</sup> Her var beliggenhet i terrenget med utsikt mot landskapet og mulighetene for visuell eksponering av inngangspartiet viktig. Tomtealternativene var både øst og vest i Oslo. Tøyen var lenge mest aktuell, men at dette var på østkanten skulle vise seg å få avgjørende betydning for at Frognerkilen ble valgt til slutt.

---

<sup>165</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, Dokument fra ”Komitéen til forberedelse av en Håndverks- og Industriutstilling i Oslo 1938” til ”Oslo Håndverks- og Industriforenings Representantskap”, 20.02.34, s. 1. Dokumentet kalles heretter ”Forberedende komité, 20.02.34”, s. 1.



Spørsmål om lokalisering av offentlige bygninger i Oslo hadde også tidligere blitt avgjort på bakgrunn av skillet mellom østkant og vestkant. Geografen Gunnar Gussgård har undersøkt debatten om lokaliseringen av universitetsbygningene på Blindern mellom 1910 og 1920. Her var også Tøyen det klareste alternativet. Majoriteten av de universitetsansatte ønsket seg til Blindern, og argumenterte med at Tøyen var et industriområde og derfor uegnet for et universitet. Argumentasjonen mot Tøyen var både åpen og skjult. I det siste tilfellet var det gjerne saklige argumenter som ble fremført, men selv etter at forutsetningene for disse falt bort, kom ikke Tøyen i et bedre lys.<sup>166</sup> En liknende prosess utspilte seg ved valg av utstillingstomt.

Den forberedende komiteen vurderte først Frognerparken som ideell. Vigelandskomiteén som arbeidet med oppføringen av Vigelandsanlegget motsatte seg imidlertid disse planene. Allerede i april 1933 mente arbeidsutvalget i komiteen at Tøyen var best egnet. Tøyen hadde mange fordeler som utstillingstomt. Den var innenfor grensene til Oslo, hadde et vekslende terreng, god infrastruktur, gode grunnforhold og området var stort. Den eneste negative omstendigheten var at tomten lå på østkanten. Arbeidsutvalget antok at det ville føre til lavere besøk og mindre billettinntekter.<sup>167</sup> Det var ni andre alternativer som lå både på vestkanten og østkanten. Da komiteen leverte sin endelige innstilling i februar 1934, ble derimot Tøyen avvist som utstillingstomt. Tøyen ble fortsatt beskrevet med ”i mange henseender ideelle betingelser”, der vekslende og vakkert terreng med flott utsikt over byen og fjorden ble trukket frem. Tøyen var opprinnelig også styrket av andre prosjekter for byutvikling. Hvis planene om en folkepark i Botanisk hage ble realisert samtidig med at utstilling åpnet, ville Tøyen bli ”oppdaget” av Oslo-boerne slik Frogner hadde blitt i 1914.

Komiteen fremholdt billettinntektene som avgjørende for en utstilling, og fryktet fortsatt at disse ville svikte om Tøyen ble valgt som utstillingsområde. Publikum måtte besøke utstillingen mange ganger, ”og forutsetningen herfor er at utstillingsterrenget ikke alene er vakkert, men at det også ligger i et vakkert strøk.” Samtidig ville en landsutstilling generelt komme til å ha et budsjett på 3,5 millioner kroner hvorav 1 million var garantikapital. Komiteen mente at det kunne bli problematisk å skaffe tilstrekkelig garantikapital ”såfremt Tøyenarealet velges som utstillingsplass”.<sup>168</sup> I innstillingen skrev komiteen at det var umulig å

---

<sup>166</sup> Gussgård 1987, s. 51.

<sup>167</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V Vi kan-utstillingen I, brev fra arbeidsutvalget til ”Komiteén til forberedelse av en Landsutstilling for Håndverk og industri i 1938” til samme komité, 03.04.33.

<sup>168</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V Vi kan-utstillingen I. Udatert maskinskrevet ark fra arbeidsutvalget. Kan være et utkast til dokumentet ”Forberedende komité 20.02.34”.

reise en så stor garantikapital ”i disse tider”. Planene om en landsutstilling ble dermed lagt bort, og komiteen utredet i stedet mulighetene for en Osloutstilling.

For de nye planene ble ikke Tøyen vurdert på ny som utstillingstomt. Senere kom det frem at Universitetet som eier på Tøyen var skeptisk fordi arealet ville bli bundet opp over mange år slik at det hindret tomtesalg.<sup>169</sup> Frognerkilen kom imidlertid nesten parallelt med de positive vurderingene av Tøyen i innstillingen fra komiteen. Derfor var det påfallende at Tøyen ikke ble vurdert for en Oslo-utstilling. De høye kostnadene var knyttet til det store omfanget av en landsutstilling, og ikke til tomten i seg selv. Th. Platou beskrev høsten 1933 utstillingsplanene i et brev til Oslo kommune. Her ble skiftet fra landsutstilling til Oslo-utstilling forklart ut fra økonomiske hensyn alene. Valget av Frognerkilen ble begrunnet særlig med nærheten til sjøen som skulle markere Oslo som landets største havneby. Da Frognerkilen tidligere ble vurdert som tomt for landsutstillingen, var det klart at den var for liten, mens dens store fordel var at den lå i ”beste vestkantstrøk”.<sup>170</sup> Denne argumentasjonen som la vekt på sosiale og kulturelle skiller, skulle også skinne gjennom i pressen.

Journalist Henry Røsoch i Aftenposten ønsket landsutstillingen til Frognerkilen våren 1933. Argumenterte handlet om nærhet til sjøen og forholdet mellom østkant og vestkant.

Denne utstillingsplass gir anledning til å ta *sjøen* med i utstillingen. Man kunde ha flyvemaskiner liggende for passasjerflyvning, og arrangere meget annet på vannet. Og for de besøkende ville det være noe ganske annet å kunne tilbringe sommerdager og sommerkvelder nede ved Frognerkilen med utsikten til Bygdøy enn å dra op gjennom byen til Tøien. Dette området ligger heller ikke slik at det på noen måte vil bli tungvint adkomst for østkantens store publikum. Man er jo allikevel vant til å dra ned til centrum når man skal ”ut” – og fra Karl Johan ned til Fillipstad er ikke veien lang.<sup>171</sup>

Argumenter om god kommunikasjon og beliggenhet ved sjøen dekket over den motviljen som var knyttet til Tøyen som ellers var omtalt som ”et lite vakkert strøk”.

For en Oslo-utstilling ble det også et krav at utstilling skulle ligge innenfor byens grenser, og kun Kontraskjæret og Frognerkilen ble vurdert.<sup>172</sup> Kontraskjæret ble avslått siden det kom i konflikt med varemessen, og en utstilling ville ikke bli like vakker som andre ellers i landet.<sup>173</sup> Frognerkilen sto da igjen som eneste alternativ. Tomten ble fortsatt regnet for å være for lang og smal, og med dårlige eksponeringsmuligheter mot byen, men dette ble nå

---

<sup>169</sup> Eskeland 1939, s. 12.

<sup>170</sup> Katalog og Oslofører Håndverks- og industriutstillingen i Oslo 1938, s. 63.

<sup>171</sup> Aftenposten 25.04.33.

<sup>172</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité, 20.02.34”, s. 2.

Avisene hadde også tidlig fremsatt først noen svært fantasifulle forslag å legge landsutstillingen på Sjursøya og med taubane opp til Ekeberghøyden, eller å bruke Hovedøya med en svært kostbar broløsning, se Eskeland 1939, s. 12. Forslagene var spektakulære, men det virker ikke som noen av dem ble seriøst vurdert av komiteen.

<sup>173</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité, 20.02.34”, s. 3.

underordnet.<sup>174</sup> I tillegg ble det vektlagt at utstillingen der kunne bidra til byutvikling med bygging av strandpromenaden. Dette tiltaket var ifølge Eskeland vedtatt gjennomført, men utbyggingen var utsatt pga. den økonomiske krisen. Å klargjøre et utstillingsområde ville med Eskelands ord ”tilføre byen blivende verdier”.<sup>175</sup> Denne begrunnelsen skulle senere gå igjen i mange dokumenter og brukes utad i profileringen av hele utstillingen for å skape oppslutning om utstillingen.

Bevegelsen fra landsutstilling til Oslo-utstilling viste hvordan kulturelle mønstre hos arrangørene virket avgjørende på vurderinger av praktiske forhold i utstillingsprosjektet. Det økonomiske argumentet mot Tøyen om mulige problemer med å reise garantikapital var bygget på det sosiale og kulturelle skillet mellom østkant og vestkant. Arrangørene som var fra vestkanten syntes trolig ”det ikke passet seg” å investere penger på østkanten. Valg av utstillingstomt ble derfor styrt av klassebestemte oppfatninger om hvordan samfunnet burde være utformet. Politiske oppfatninger skulle også komme til uttrykk gjennom planleggingen i spørsmålet om innholdet på utstillingen.

### Klassifikasjon i arrangørenes interesse

Komiteen ville gi utstillingen ”karakter av en håndverks- og industriutstilling”. Den foreberedende komiteen kom med forslag til et ”program” med en enkel inndeling av innholdet på utstillingen, og dette ble brukt på Vi kan-utstillingen med små endringer: håndverksavdeling, industriavdeling, håndverkets og industriens fagskolevesen, teknisk-videnskapelig forskningsavdeling, statistisk avdeling (visende håndverkets og industriens betydning for landet og de enkelte distrikter), fabrikk- og verksteds hygiene, safety-first avdeling, Oslo kommunes avdeling og avdeling for skiftende spesialutstillinger.<sup>176</sup>

Avdelingene skulle deles inn i grupper og gruppene i klasser.<sup>177</sup> Slike systemer for klassifikasjon ble utformet på nytt for hver enkelt utstilling, og var et tydelig uttrykk for de tankemønstrene som arrangørene opererte med. Brita Brenna drøfter hvilken betydning klassifikasjonssystemene hadde for verdensutstillingene. ”Klassifikasjonen bar utstillingen, gjorde den meningsskapende og gav den dens form og karakter”.<sup>178</sup> Systemet skulle tjene praktiske oppgaver knyttet til organisering og transport av utstillingsobjektene, og til å bedømme gjenstandene i konkurranser. Samtidig kunne arrangørene ikke selv velge hva som

---

<sup>174</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité, 20.02.34”, s. 4.

<sup>175</sup> Eskeland 1939, s. 13.

<sup>176</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité 20.02.34”, s. 6.

<sup>177</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité 20.02.34”, s. 6.

<sup>178</sup> Brenna 2002, s. 81.

skulle med på utstillingen, men var avhengig av hvem som meldte seg på. I denne prosessen fungerte klassifikasjonen som et styringsverktøy for arrangøren. Klassifikasjonssystemet var sammen med den arkitektoniske utformingen det viktigste verktøyet for å gi og styre utstillingens mening for arrangører og publikum.<sup>179</sup>

Forslaget til klassifikasjon på Vi kan-utstillingen delte først bare mellom sektorene håndverk og industri. Andre kategorier som tematiserte disse sektorene ytterligere, ble sideordnet og representerte ”fagskolevesen, teknisk-videnskapelig forskningsavdeling, statistisk avdeling, fabrikk- og verkstedshygiene og safety-first avdeling”. Gjennom en moderniseringsprosess hadde industri og håndverk blitt mer spesialisert og spaltet i flere kategorier. OHIF ville bruke utstillingen til å vise at organisasjonen selv hadde spilt en viktig rolle i moderniseringen. Platou skrev i et brev til Oslo kommune om hvordan OHIF hadde arbeidet for at håndverket var ”bragt på fote såvel teknisk som sosialt”, og viste til både lovgivning, fagundervisning og samarbeid mellom kunst og håndverk.<sup>180</sup> OHIF hadde også drevet opplysningsarbeid for bruk av ny teknologi som gass og elektrisitet i industrien, og mente at dette hadde hatt ”den største innflydelse på industriens utvikling”.<sup>181</sup>

Inndelingen i kategorier som viste den historiske utviklingen var ikke selvsagt. Klassifikasjonen ble utformet for å gi utstillingen det bestemte budskap at OHIF spilte en rolle for næringsutvikling og modernisering. Andre forslag til inndeling og klassifikasjon var foreslått, og meningen kunne ha blitt en annen. Komiteen hadde drøftet ”om hvorvidt der burde arrangeres en brukskunstutstilling som egen avdeling, således som i Bergen og Gøteborg, samt spørsmålet om å arrangere utstillingen helt eller delvis som en ”Hjem-utstilling”.<sup>182</sup> Noen endelig avgjørelse ble ikke tatt i dette spørsmålet.<sup>183</sup> Foreningen Brukskunst hadde arrangert utstillingen *Nye hjem* i 1920,<sup>184</sup> og en permanent utstilling i Kunsternes hus fra 1930.<sup>185</sup> Her var formålet å forbedre folks smak og oppmuntre til masseproduksjon av funksjonalistiske interiørvarer. En ”Hjem-utstilling” ville trolig fått andre kategorier og klasser som hadde dekket over den moderne utviklingen som OHIF ønsket å vise frem, og ville ha vært mindre egnet til det formålet som OHIF hadde med sin utstilling.

---

<sup>179</sup> Brenna 2002, ss. 81-82.

<sup>180</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, brev til Oslo kommune (utkast sendt internt til den foreberedende komiteen) fra Th. Platou 28.09.33, s. 1.

<sup>181</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, brev til Oslo kommune (utkast sendt internt til den foreberedende komiteen) fra Th. Platou 28.09.33, s. 1.

<sup>182</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité 20.02.34”, s. 6.

<sup>183</sup> Dette vil bli behandlet i kapittel 3 Funksjonalisme til pynt.

<sup>184</sup> Myrvang 2004, s. 216.

<sup>185</sup> Myrvang 2004, s. 219.

## En moderne utstilling

Komiteen slo fast at utstillingen skulle ”gis en helt moderne karakter”.<sup>186</sup> Selve utstillingsformen ble betegnet som noe nytt og moderne. Med ”moderne” mente man det som var nytt, og utstillingen skulle vise det nyeste som fantes i utstillingsåret. Begrepet ”det moderne” ble imidlertid brukt flertydig slik at det gav mening til ulike opplegg for selve utstillingen. Den flertydige bruken av begrepet var en fordel for argumentasjonen til OHIF for utstillingen.

Den moderne utviklingen skulle vises i kontrast til historien, og illustrerte en allmenn moderne tidsforståelse. En moderne kultur er preget av ”endringsbevissthet” der det finnes en tendens til fornyelse, forbedring og overskridelse av tradisjoner i samfunnets institusjoner, teknologi og mentalitet, skriver sosiolog Willy Guneriussen.<sup>187</sup> Ved å vise fortiden på utstilling kunne tilskuerne forestille seg fremtiden som annerledes. En mindre del av håndverksavdelingen skulle være retrospektiv, og Teknisk museum skulle få arrangere en kortvarig utstilling om utviklingen i industrien.<sup>188</sup> En retrospektiv del ville sammen med det som var nytt illustrere den utviklingen som OHIF ville vise at de hadde bidratt til, og ytterligere understreke organisasjonens betydning.

”Det moderne” ble også koblet til begrepet ”kulturhistorie”. Historikeren Sverre Steen mener kulturhistorie i denne perioden kunne ”fortelle både om de tekniske fremskritt og om den menneskelige tankeverden hvor den nye tid blir til.”<sup>189</sup> Det kulturhistoriske overblikket ville ”være av stor praktisk betydning, i det den ville gi mange impulser og bane vei for nye fremskritt.”<sup>190</sup> Kulturhistorie ble et ord for en del av utstillingsideologien der overblikket over den moderne utvikling ville bidra til ”endringsbevissthet”.

”Kulturhistorisk interesse” og muligheter for nye fremskritt var imidlertid ikke nok til å begrunne utstillingen under krisen. ”Berettigelsen av en utstilling i disse tider er at den legges an således at den tjener omsetningens interesser, øker gamle behov og skaper nye.”<sup>191</sup> Utstillinger hadde i økende grad blitt arrangert med tanke på salg og reklame, og fokuserte på produsenter og produkter fremfor opplysning om varekategorier.<sup>192</sup> Hovedstyret vedtok tidlig at det skulle være mulig med jurybedømmelse slik det hadde vært vanlig på utstillinger

---

<sup>186</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité 20.02.34”, s. 9.

<sup>187</sup> Guneriussen 1999, ss. 129-130.

<sup>188</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité 20.02.34”, s. 9.

<sup>189</sup> Steen 1942, s. 16.

<sup>190</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, brev til Oslo kommune (utkast sendt internt til den foreberedende komiteen) fra Th. Platou 28.09.33, s. 2.

<sup>191</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, brev til Oslo kommune (utkast sendt internt til den foreberedende komiteen) fra Th. Platou 28.09.33, s. 2.

<sup>192</sup> Ekström 1994, s. 49.

tidligere. ”Efter vår oppfatning vil dette ha stor betydning for utstillingens økonomi, idet det utvilsomt vil betvinge større tilgang av utstillere og tillate høyere plassavgift.”<sup>193</sup> Senere ble dette opphevet etter forslag fra Stranger. Begrunnelsen var at kvaliteten på produktene jevnt over var blitt så høy at det var vanskelig å skille dem fra hverandre, og at en jurybedømmelse samtidig ville svekke hele ideen om å drive reklame. Produsentene skulle selv vise at varene deres var gode nok, og dette spørsmålet skulle ikke lenger avgjøres av en overhøy myndighet. Dette gav utstillingen en sterkere reklameprofil.

Håndverkerne kom her i en særstilling siden de ikke hadde masseproduserte varer å vise frem. Håndverket som profesjon var usamtidig med moderniseringen og hovedbudskapet på utstillingen om økt forbruk av standardiserte forbruksvarer. For å styrke reklameverdien for håndverkerne ønsket OHIF at de ikke skulle delta som enkeltprodusenter slik som de fleste industribedriftene. OHIF tilbød tre forskjellige utstillingsformer for alle deltakere med individuelle utstillinger, bransjevise/kollektive utstillinger og arbeidende verksted.<sup>194</sup> Det siste alternativet var det dyreste å lage for deltakerne, men ble anbefalt for håndverkerne av OHIF siden det skapte mest interesse blant publikum og dermed hadde størst reklameverdi.

Dette var en side ved en bredere utvikling der en moderne utstilling i større grad enn før ble et underholdningstilbud. ”Utstillingen må derfor legges an på en noget annen måte enn tidligere, gjøres mere levende, mer skiftende og i det hele tatt mere elastisk.”<sup>195</sup> Arrangørene karakteriserte senere dette som en moderne utstillingsform. Hele tiden skulle det skje noe inne på utstillingsområdet som trakk folks oppmerksomhet.<sup>196</sup> Det dreide seg både om håndverkernes arbeidende verksted, om skiftende midlertidige utstillinger, om arbeidende maskiner og modeller, demonstrasjoner av standardiserte forbruksvarer, og om et variert tilbud av ren underholdning.

De positive konnotasjoner til ordet ”det moderne” som fremskritt og vekst styrket argumentene for utstillingen. Samtidig var ”en moderne karakter” som en helhetlig visjon for utstillingen vagt definert og åpnet for flertydighet. Arrangørene la ikke fram noen form for programmatisk erklæring for utstillingen, og dette la grunnlaget for et pragmatisk mål om hvordan utstillingen skulle å øke forbruket ”ved å øke gamle behov og skape nye”. Bedriftene og organisasjonene som deltok konkretiserte utstillingens innhold. Reklamen for bruk av nye

---

<sup>193</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35.

<sup>194</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35.

<sup>195</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, brev til Oslo kommune (utkast sendt internt til den foreberedende komiteen) fra Th. Platou 28.09.33, s. 2.

<sup>196</sup> Hva ”mer elastisk” betydde ble ikke konkretisert her, men det er av Angell tolket som et uttrykk en moderne oppfatning av en tid preget av raske endringer. (Angell 1994a, s. 126) Utsagn i kildene tyder på at ”mer elastisk” sikter til skiftende utstillinger i den såkalte temporærhallen. Dette utstillingstekniske grepet kan imidlertid ha falt mer naturlig ettersom tiden var ”mer skiftende”, og dermed indirekte vise til det Angell påstår.

produkter presenterte et bredt spekter av nye produkter som åpnet mulighetene for et nytt forbruksmønster.<sup>197</sup> På utstillingen var dette det konkrete uttrykket for ”det moderne”.

Med en vid ramme for budskapet ble utstillingen et redskap for både OHIF og for de enkelte deltakerne til å drive propaganda for sine interesser overfor publikum. I stor grad var dette sammenfallende interesser, og frem mot 1938 forsøkte OHIF å trekke med så mange deltakere som mulig for å styrke utstillingens økonomi og budskapets gjennomslagskraft. I dette arbeidet presenterte OHIF utstillingen som et prosjekt i alles interesse.

### Økonomisk og politisk støtte

Utstillingen skulle sikres økonomisk og politisk med støtte fra næringsliv, organisasjoner, representanter fra NAF og AFL, og Oslo kommune. Den sterke oppslutning om utstillingstanken viser at dette prosjektet ble regnet som legitimt. Sammensetningen i de styrende organer for utstillingen viser hvilke interesser som ville samle støtte for sitt eget prosjekt. Representantskapet i OHIF vedtok innstillingen fra den forberedende komiteen den 19. april 1934, og oppnevnte samtidig Hovedstyret og presidentskap for utstillingen.<sup>198</sup> Platou var president og Brun var visepresident i Hovedstyret. Under Hovedstyret var det diverse komiteer med ansvar for innholdet på bestemte deler av utstillingen. Medlemmene her representerte håndverksfag, industrigrener og bestemte fag- og samfunnsoppgaver. Et arbeidsutvalg sto for den daglige fremdriften. Platou var leder også her og hadde med seg medlemmer fra de enkelte komiteene. Edward Mowinckel-Larsen ble utnevnt til sekretær, senere til generalkommisær for utstillingen. Videre planer for utstillingen ble utviklet langs to linjer. Den ene var ”en moderne utstilling” for økt omsetning av varer som er behandlet over, og å lage ”en altomfattende Oslo-utstilling” eller ”en Oslo sak”. Disse målene var selvsagt gjensidig avhengig av hverandre siden det var bedriftene i Oslo som skulle øke omsetningen.

Utstillingen skulle finansieres gjennom plassavgift fra deltakerne og inngangspenger fra publikum. Men byggingen av utstillingen måtte finansieres med lån. OHIF inviterte store og små bedrifter i Oslo av alle slag slik at også banker, forsikringsselskap og butikker kunne delta. Garantikapital ble reist gjennom mange bidrag der beløpene varierte fra kr. 500,- til kr. 30 000,- fra Frydenlunds bryggeri. Oslo kommune viste sin støtte til utstillingen og bidro med en sekundær garanti på kr. 250 000,-. Samlet garantikapital var på kr. 902 000,-.<sup>199</sup> Oppslutningen var god jevnt over blant både industribedrifter og tjenesteytende næringer.

---

<sup>197</sup> Dette vil bli behandlet i kapittel 4 Feiring av forbruk, og i kapittel 5 ”Vi” på utstilling.

<sup>198</sup> Eskeland 1939, s. 17.

<sup>199</sup> Eskeland 1939, ss. 147-150.

Noen håndverkere takket nei til å delta med å henvise til at det ble for dyrt, og industribedriftene kom i klart flertall. Interessene knyttet til en utstilling for deltakerne var i endring i 1930-årene. Noen bedrifter avsto å delta siden de mente at en utstilling ikke lenger kunne få den påståtte reklameeffekt, mens andre mente utstillingen ikke ville få effekt fordi det nå var blitt for mange av dem.

Deltakelsen fra Freia sjokoladefabrikk viser endringene. Tidligere hadde Freia hatt stor suksess på Jubileumsutstillingen i 1914. Den gang hadde direktør Johan Throne Holst vært en ivrig deltaker med en stor fremvisning av bedriftens produkter, og samtidig gav han ut en bok om sosiale tiltak ved Freia. Deltakelsen hadde blitt belønnet med ærespris ”for fremragende produkter og teknisk, socialt og merkantilt banebrytende virksomhet”, og en påminnelse om prisen ble fortsatt trykket på brevpapiret hos Freia i 1934.<sup>200</sup> Throne Holst var som direktør fortsatt like levende opptatt av sosiale tiltak ved bedriften.<sup>201</sup> Men på Vi kan-utstillingen deltok Freia kun med en reklamesøyle, og som eneleverandør av sjokolade. Utstillingene fikk sterkere fokus på økt omsetning, og hadde mindre interesse som drivkrefter for sosiale endringer.

Invitasjonene fra OHIF med begreper som ”Oslo sak” eller ”altomfattende Oslo utstilling” kunne også appellere til en forpliktelse overfor Oslo. Invitasjonen til forsikringsselskapet Dovre var typisk der det het at utstillingen var ”ikke alene en brancheutstilling, men en altomfattende Oslo utstilling, hvorfor det er naturlig at også forsikringsselskapene yder sin andel til reisning av utstillingen.”<sup>202</sup> Pliktfølelsen kunne også ha klare politiske overtoner. I brev til Aftenposten viste Platou sine politiske sympatier:

Det vilde vel være litt av en skandale om ikke Oslos næringsliv skulde kunne realisere denne plan, men forutsetningen, må da være at tanken vinner almen tilslutning innen erhvervslivet, og at pressen slår et slag for saken.

Aftenposten, som den største avis i Norge og det ledende Oslo-organ for konservativ politikk regner jeg med som en selvfølgelig meningsfelle. Jeg kan derfor kanskje gå ut fra at Aftenposten fra tid til annen også i lederspaltene vil gi uttrykk for dette.<sup>203</sup>

Brevet viser med tydelig at Platou oppfattet utstillingen som uttrykk for bestemte politiske interesser, og at det var naturlig med støtte fra en konservativ avis. Dagbladet og

---

<sup>200</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev fra Freia til Håndverk- og Industriutstillingen i Oslo 20.06.34.

<sup>201</sup> Rudeng 1989, s. 252.

<sup>202</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev fra OHIF til Direksjonen for Forsikringsselskapet Dovre 15.05.34.

<sup>203</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev fra Platou til Aftenposten, 15.05.34.



Arbeiderbladet ble også invitert til å tegne garanti. Etter en forsikring om at utstillingen var ”en Oslo sak” skrev Platou at planene hadde

vunnet tilslutning innen de forskjelligste leire. Utstillingen er heller ikke på nogen måte politisk farvet, hvilket særlig kommer til uttrykk derigjennom at vi i Hovedstyret har alle politiske oppfatninger representert.<sup>204</sup>

De skiftende begrunnelsene viser hvordan Platou forsøkte å skaffe oppslutning på ulike premisser til utstilling som han mente var i alles interesse. Ulike politiske interesser var representert i Hovedstyret med både Halvard Olsen og Finn Dahl. Både den konservative Aftenposten og andre aviser ønsket en positiv utvikling i Oslo. Det retoriske grepet ”en Oslo sak” kunne slik brukes til å appellere bredt, samtidig som retorikken åpenbart var et uttrykk for interesser i næringslivet.

## Hegemoni

Det var en nær sammenheng mellom arrangørenes pragmatiske retorikk og deres ambisjoner om å få gjennomslag for sitt hegemoni. Rydell mener at der ledende krefter i produksjonslivet forsøkte å bruke utstillinger for å tjene egne interesser, ønsket de samtidig å definere og få gjennomslag for sitt hegemoni.<sup>205</sup> At utstillingen var et redskap for interessene i OHIF ble vist ved sammensetningen av hovedkomitéen for utstillingen.

Da utstillingen reises på foranledning av Oslo Håndverks- og Industriforening er det nødvendig at foreningen setter sitt preg på utstillingen, og det opnåes best ved at foreningens to øverste tillitsmenn bli henholdsvis formann og næstformann i hovedkomitéen og at der innvelges i denne et ganske stort antall håndverks- og industridrivende, likelig fordelt.<sup>206</sup>

For å samle økonomisk og politisk støtte til sitt prosjekt ville OHIF ha representanter også for andre interesser hovedkomitéen. Dette var i stor grad ulike sektorer i næringslivet, men samtidig lanserte OHIF ideen om et samarbeid mellom arbeid og kapital gjennom utstillingen.

Videre bør komitéen omfatte representanter for øvrige hovednæringer og for de viktigste interesser, som knytter sig til en sådan utstilling. Dette vil nemlig spille stor rolle ved reisning av garantikapitalen og sikre utstillingen velvilje og imøtekommenhet fra innflydelsesrikt hold. Således bør komitéen omfatte representanter for handel, skipsfart, reisetrafikk samt for arbeidskraft og kapital [...]<sup>207</sup>

---

<sup>204</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev fra Platou til Dagbladet og Arbeiderbladet (to likelydende brev) begge datert 13.06.34.

<sup>205</sup> Rydell 1984, s. 2.

<sup>206</sup> OHIF-arkivet, mappe Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, referat fra møte i ”Representantskapet”, OHIF, 19.04.34, s. 1.

<sup>207</sup> OHIF-arkivet, mappe Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, referat fra møte i ”Representantskapet”, OHIF, 19.04.34, s. 1.

Næringsborgerskapet i Oslo var solid representert i alle av utstillingens styrende organer. Dette hindret ikke at planene fikk bred oppslutning fra første stund. De umiddelbart positive reaksjonene på utstillingsplanene som kom fra både politikere og organisasjoner viser at OHIF formulerte et budskap som fikk tverrpolitisk oppslutning. OHIF hadde en sentral plass i produksjonslivet i Oslo, og representerte næringsborgerskapet. Da deres ideer fikk begeistret tilslutning, var det et tegn på evnen til å kunne definere et kulturelt hegemoni.<sup>208</sup> Oslo kommune var involvert i utstillingsplanene fra 1933, men ideen om å vise sosiale tiltak ble utformet så sent som i 1937.<sup>209</sup> Forberedelsene viser en prosess der OHIF på en bevisst måte kontrollerte utstillingen, og samtidig samlet bred politisk støtte som gav deres eget prosjekt autoritet. På denne måten skapte de et redskap som kunne gi uttrykk for et hegemoni.

Utstillingen fikk umiddelbart oppslutning i borgerlige miljøer. Pressesjefen for Vi kan-utstillingen, Øystein Orre Eskeland skrev i beretningen fra 1939: ”Byens fremste menn gav den sin tilslutning, og pressen gikk mannjevnt inn for den [...]”.<sup>210</sup> Partipressens sto sterkt i 1930-årene, men utstillingen fikk bare oppmerksomhet i borgerlige aviser. Enkelte innvendinger mot utstillingsplanene knyttet til økonomi ble satt frem, men fikk liten betydning. Arbeiderbladet kommenterte ikke utstillingsplanene i 1932, men planene fikk likevel tverrpolitisk oppslutning fra organisasjonene i arbeidslivet. Aftenposten refererte uttaleser fra formannen i Arbeidernes hovedorganisasjon Halvard Olsen og direktør for Norsk arbeidsgiverforening Finn Dahl, og i tillegg fra ordfører i Oslo Eivind Getz og ordfører i Aker Th. Schiøtz, begge fra Høyre.<sup>211</sup>

Disse ”byens fremste menn” mente alle at en utstilling var et godt virkemiddel for å fremme norske varer. En utstilling skulle påvirke forholdet mellom produsent og forbruker, og være et tiltak mot arbeidsløshet. Halvard Olsen var opptatt å fremme norske varer for ”selvhjulpenhet”.

Det gjelder derfor at såvel produsent og forbruker gis det nødvendige puff i den riktige retning. [...] Det store overskyggende spørsmål i dag er arbeidsløsheten. Alle villende og nyskapende krefter som settes i gang for i noen monn å råde bot på denne, er av det gode. Jeg ser i denne utstilling som er tenkt også et tjenlig middel til å få nye hjul i sving.

Finn Dahl mente utstillingene de siste årene fikk tilskuerne til å se

hvor langt vår industri og vårt håndverk er kommet i rasjonell produksjon, og hvorledes spesialiseringen skrider frem for i stadig større grad å gjøre oss uavhengige

---

<sup>208</sup> Ekström 1994, s. 211.

<sup>209</sup> Se kapittel 5 ”Vi” på utstilling.

<sup>210</sup> Eskeland 1939, s. 8.

<sup>211</sup> Aftenposten, aftnr. 29.11.32.

av utlandet. [...] En øket bruk av norske varer, en innskiftning av norske produkter i forhold hvor før importen har hersket, vil helt naturlig bety en stor hjelp i arbeidet med å møte arbeidsløshet og befolkningsoverskudd. [En utstilling] kunne få virkninger ikke bare for dem som i første rekke arbeider i produksjon og omsetning eller anvender sine penger som konsumenter, men i høi grad for hele landets næringspolitiske stilling [...].

Ordfører Eivind Getz hadde også en utstillingsideologisk begrunnelse der et ”helhetsbillede” var et tegn på ”fylde og rikdom” i landet produksjonsliv. Planene om en utstilling var ”et nytt bevis på mot og vilje til selvhevdelse”. Ordfører Th. Schøitz støttet utstillingstanken der tilskuerne ”tvinges til å se på og studere det som utstilles”. Dette ville føre til økt etterspørsel og sysselsetting, og Schiøtz oppfattet utstillingstanken i tråd med borgerlig politikk der næringslivet skulle løse krisen. ”Og det er nettopp den vei vi må gå. Det er utenkelig at norske kommuner [...] eller den norske stat [...] kan makte å opheve arbeidsløsheten ved direkte bidrag. Det er det produktive arbeide som må skaffes arbeidsmulighet.”

Det fremste tegnet på tverrpolitisk samarbeid var deltakelsen fra arbeidslivet i styringsstrukturen. Formannen i Landsorganisasjonen ble kontaktet i brev av 12.04.34:

Olsen blir foreslått som representant for arbeidskraften og direktør Finn Dahl som representant for kapitalen, eller ”henholdsvis arbeidere og arbeidsgivere utnevnt som medlemmer av Hovedkomiteen [...]. Grunnen er den meget nærliggende at intet er blitt fremstillet uten enighet mellom arbeidskraft og kapital. Jeg tror ikke nogen utstilling tidligere i sammensetningen av hovedkomiteen har gitt uttrykk for denne tanke, hvorfor det skulde glede meg mig meget om både De og Dahl vilde ta i mot hvervet. [...] Jeg tar imidlertid den reservasjon at hvis en av de ovennevnte herrer undslår sig for hvervet, bortfaller spørsmålet for den annens vedkommende.<sup>212</sup>

Begge takket ja til vervene, og dette aspektet er siden fremhevet av Angell og Slagstad som et konkret uttrykk for klasseforsoning i det norske samfunnet i lys av Vi kan-utstillingen.<sup>213</sup>

Arrangørene førte imidlertid ikke noen diskusjon omkring dette, men tilslutningen fra arbeid og kapital ble fremhevet en rekke ganger. Hovedfokus i forberedelsene de nærmeste årene var likevel finansiering og innholdet på utstillingen.

### Kriseforståelsen skapte utstillingstanken

Planene om en utstilling uttrykte en bestemt politisk holdning til krisen tidlig på 1930-tallet. Forståelsen av hva som kunne lede ut av krisen begrunnet utstillingen. Arrangørene kan ha hatt minst tre mulige forståelser av årsaken til krisen. Disse kan skisseres som en overproduksjonskrise, en underkonsumkrise og en strukturkrise. Løsningene var henholdsvis

---

<sup>212</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger VI, Vi kan-utstillingen 2, brev fra OHIF til Halvard Olsen, 12.04.34.

<sup>213</sup> Angell 1994a, s. 133, se også Angell 1994b, og Slagstad 1998 s. 183.

nedleggelse, økning av kjøpekraft enten ved statlig politikk eller mer reklame, eller en omstilling av produksjonen (transformasjon) for bedre samsvar mellom tilbud og etterspørsel.

Reklame som virkemiddel kunne brukes av næringslivet, og fikk et gjennombrudd i denne perioden.<sup>214</sup> Økning av kjøpekraft ved statlige tiltak var et reelt politisk alternativ, men ble derimot ikke artikulert som noe alternativ av arrangørene. Industrilederne ønsket heller ikke å nedlegge sine bedrifter eller å miste kontrollen over dem på annen måte. Aftenposten viste senere i 1938 hvordan en utstilling var tenkt som et tiltak mot planøkonomi og kartellisering.<sup>215</sup> Troen på at publikum ville slutte opp om en utstilling var sterk i den foreberedende komiteen:

Publikum kan dessuten efter komitéens mening ikke på nogen måte betegnes som utstillingstrett – tvert imot. Nødvendigheten av å skaffe beskjeftigelse for den voksende hær av arbeidsløse ved utvidelse av den innenlandske produksjon, samt den i det siste 10-år drevne propaganda for bruk av norske varer, har i forening skapt en interesse for utstillinger som er større enn nogensinde tidligere. Det er ikke bare nysgjerrighet, men nasjonaløkonomisk interesse og en følelse i slekt med selvoppholdelsesinstinktet som nu driver publikum til utstillingene. En utstilling blir derved det beste og mest virksomme middel i reklamens tjeneste som kan tenkes, i alle fall såfremt utstillingen anordnes med salg og omsetning for øie.<sup>216</sup>

Publikums tilstrømning forklares med ” nasjonaløkonomisk interesse og en følelse i slekt med selvoppholdelsesinstinktet”. Igjen er det fellesinteressene som trekkes frem. Krisen skulle motvirke ved å rette oppmerksomheten mot hjemmemarkedet.

De ulike forklaringene i norsk historiografi om hva som ledet ut av krisen er det gjort rede for i kapittel 1.<sup>217</sup> Arrangørenes kriseforståelse rettet seg primært mot transformasjon og utvidelse av hjemmemarkedet. Dette skapte også grunnlag for det Even Lange har kalt en ”nasjonalisering av økonomien”.<sup>218</sup> Platou skrev i et brev til Oslo kommune i 1933:

Produksjonskapasiteten er for stor på forhånd og behøver ikke ytterligere å stimuleres. Berettigelsen av en utstilling i disse tider er at den legges an således at den tjener omsetningens interesser, øker gamle behov og skaper nye.<sup>219</sup>

Utgangspunktet var her overproduksjon, men arrangørene som skulle i vareta bedriftenes interesser ønsket ikke nedleggelse. Forbruket var for lavt, og skulle økes av private krefter gjennom mer reklame som på en utstilling. Samtidig skulle det skapes nye behov, og dette var en mulighet til transformasjon. Dette gir utsagnet fra Platou en indre motsigelse.

---

<sup>214</sup> Nielsen 1978, s. 61.

<sup>215</sup> Aftenposten 16.02.38

<sup>216</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, ”Forberedende komité 20.02.34”, s. 7.

<sup>217</sup> Se kapittel 1 Innledning.

<sup>218</sup> Lange 1998, s. 42.

<sup>219</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, brev til Oslo kommune (utkast sendt internt til den foreberedende komiteen) fra Th. Platou 28.09.33, s. 2.

”Transformasjonen forutsetter nemlig at noe går under”, skriver Sejersted, og viser til økonomen Joseph Schumpeter som bruker begrepet ”creative destruction”.<sup>220</sup>

Transformasjonen hadde imidlertid startet før krisen, og krisen vesentlig forsterket denne prosessen.<sup>221</sup> Utsagnet fra Platou er fra 1933 da oppgangen i økonomien allerede hadde startet. Å skape nye behov nettopp var å fremskynde den transformasjonen som allerede pågikk. Utstillingen skulle gripe inn i denne utviklingen for å påvirke produsentene.

De må strekke seg utover det daglige og fremstiller derfor det beste som kan gjøres pr. den dato utstillingen holdes. Men for å kunne drive det enda lenger og få enda bedre reklame, må deltakerne finne på forbedringer og komme med nye ting. Utstillingen virker derfor ansporende [...]”<sup>222</sup>

Prosesser for transformasjon kan tolkes inn i ”forbedringer og komme med nye ting”. Å øke forbruket ved tilby nye varer basert på mote eller nyhetens interesse, var en ny holdning i forbruksmønsteret.<sup>223</sup> I USA var slik nye metoder kjent som consumer engineering, og en viktig begrunnelse for de store utstillingene i Chicago 1933, San Francisco 1939 og særlig New York 1939.<sup>224</sup> Norge manglet på dette tidspunktet industridesign som profesjon, og dermed en viktig forutsetning for ”consumer engineering”.<sup>225</sup> Bedriftene som deltok i 1938 kunne likevel vise nye produkter som de hadde begynt å produsere etter 1933, og som var et resultat av transformasjon.<sup>226</sup> Kriseforståelsen hos arrangørene gjorde utstillingen til et redskap for transformasjon og nasjonalisering av økonomien.

## Konklusjon

Arbeidet med utstillingen var politisk og ideologisk. Tanken om en utstilling var et prosjekt preget av borgerlige verdier og som et alternativ til mer radikale løsninger som revolusjon eller offentlige inngrep i økonomien. Utstillingen var et privat initiativ fra ”håndverket og industriens menn” som preget utstillingen i tråd med sine verdier og oppfatninger. Dette kom

---

<sup>220</sup> Sejersted 1985, s. 132

<sup>221</sup> Sejersted 1985, s. 137.

<sup>222</sup> Morgenbladet 07.05.38

<sup>223</sup> Hanisch og Lange 1981, s. 55.

<sup>224</sup> Cross 2000, s. 82. Man trodde at lavt forbruk var årsaken til arbeidsløsheten. Da økonomien gikk dårlig, forsøkte produsentene å gi sine produkter en ny og mer attraktiv utforming for å skape ny tillit til økonomien. Nye produkter og omforming av stadig omforming av gamle produkter skulle skape nye behov som enda ikke eksisterte. Strømlinjeformen ble svært populær både på biler, bygninger og husholdningsprodukter. Produktene skulle være kortere, og være i endring slik at forbrukeren ønsket å kjøpe det nye. Re-design av produkter med gammel teknologi kunne skape et inntrykk hos forbrukeren at fremtiden var en evig horisont av forbruk.

<sup>225</sup> Myrvang 2004, s. 233.

<sup>226</sup> Kjeldstadli 1990, s. 198.

til uttrykk i vurderingene knyttet til praktiske forhold som valg av utstillingstomt, klassifisering av innholdet på utstillingen og finansiering av prosjektet.

Utstillingen skulle være moderne og skape fremskritt i tråd med utstillingsideologien. Overblikket over utviklingen ble stilt sammen med tilbakeblikket på historien for å skape en endringsbevissthet. Moderniseringen skjedde gjennom teknikk og næringsliv, og utstillingen var et uttrykk for en teknisk-økonomisk modernisme. Arrangørene kunne bruke utstillingen for å definere og få gjennomslag for sitt hegemoni.<sup>227</sup> Den sterke entusiasmen som planene ble møtt med fra pressen, næringslivet og organisasjonene i arbeidslivet viser at arrangørene fikk gjennomslag for sine ideer. En utstilling passet godt med tanken om å gripe inn i utviklingen med tiltak mot krisen. Tilslutningen fra Oslo kommune, NAF og AFL definerte inn samarbeid mellom det offentlige og private, mellom arbeid og kapital som en del av hegemoniet. Likevel viser argumentasjonen rundt finansieringen og styringsstrukturen, og planene for innhold på utstillingen, at den var ment å tjene interessene til næringslivet. Dette ble mulig gjort av retoriske grep som ”en altomfattende Oslo utstilling” og ”Oslo sak”.

De økonomiske interessene var knyttet til å styrke og utvide hjemmemarkedet. Utstillingen skulle konkret bidra til å øke omsetningen og skape transformasjon i produksjonen. Begrunnelsen var tydelig i de interne arbeidsdokumentene som OHIF bygget på under forberedelsene. Disse økonomiske interessene formet utstillingen videre på avgjørende måter. Neste kapittel handler om fortsettelsen av forberedelsene der OHIF med sin teknisk-økonomiske modernisme skulle samarbeide med Foreningen Brukskunst og arkitekter i Oslo som representerte en sosialestetisk modernisme. Tradisjonelt hadde denne delen av den kunstindustrielle bevegelsen vært en viktig forutsetning for de store utstillingene. Krav til økt omsetning under krisen og presset fra industrien mot håndverket i møbel- og byggebransjen virket imidlertid sammen slik at økonomiske interesser vant over estetiske oppfatninger.

---

<sup>227</sup> Rydell 1993, s. 6.

## Kapittel 3 Funksjonalisme til pynt

*”Vi kan-utstillingens symbol var mer mitt fortvilte utrop mot en borgerstands absolutte samfølelse om hva er praktisk, hva er fornuftig, hva er økonomisk i det lille kritiske øyeblikk denne fiktive vurdering foregår.”*

*Arne Korsmo, arkitekt for Vi kan-utstillingen.*

Arkitekturen på en utstilling ble bevisst brukt av arrangørene som et symbol for å formidle mening.<sup>228</sup> Vi kan-utstillingen skulle være moderne, og var bygget i mellomkrigstidens nye stil – funksjonalismen. Denne var en internasjonal og modernistisk estetikk og i mange sammenhenger et symbol for sosiale reformtanker hos arkitekter, kulturradikale og politikere. Funksjonalistene ville tilby vanlige folk rasjonelle, rimelige boliger og bruksgjenstander for et enklere liv. I Norden hadde som nevnt Stockholmsutstillingen i 1930 hadde vært det store gjennombruddet for funksjonalismen. Samfunnsgeografen Allan Pred har arbeidet med denne utstillingen og har karakterisert forholdet mellom estetikk og budskap:

The pure and simple line. Without ornamentation. Without ambiguity. The pure and simple line as the signifier of a modernization project. The pure and simple line as a line of vision into the future. An envisioned future where “progress,” a new aesthetic of consumption, and the construction – or social engineering – of a new Swedish (hu)man are superimposed, conjoined and collapse into one another.”<sup>229</sup>

Vi kan-utstillingen ønsket tilskuerne velkommen med et sterkt uttrykk for denne ny estetikken. Ved hovedinngangen hadde utstillingens arkitekt Arne Korsmo utformet en 30 meter høy skulptur, en abstrahert og dekorløs betongskniv lakkert i sølv med en sylinder, en trekant, en kube og en kule liggende ved foten. Kniven skapte inntrykk av en bevegelse fremover gjennom disse geometriske formene. Korsmo beskrev selv ”Vi kan-kniven” slik: ”Tvers igjennom kaos skjærer den menneskelige energi sig, i tro på at han av sitt overskudd skaper verden i sitt billede”. Denne optimismen og skapergleden ble av pressesjef Eskeland sett som en slående iscenesettelse av retorikken rundt utstillingen.<sup>230</sup> Arkitekturen fikk positiv oppmerksomhet fra mange hold, og kong Haakon sa i en festtale: ”Vi kan er kniven av en utstilling.”<sup>231</sup>

---

<sup>228</sup> Brenna 2002, s. 82. Brenna skriver om hvordan organisatorene av verdensutstillingene brukte arkitekturen: ”For å gi og styre utstillingens mening var klassifikasjonssystemet det viktigste verktøyet sammen med den arkitektoniske utformingen.

<sup>229</sup> Pred 1995, s. 99.

<sup>230</sup> Eskeland 1939, s. 29.

<sup>231</sup> Morgenposten 13.05.38. ”Kong Haakon opplyste i talen at han hadde hørt dette utsagnet tilfeldig da noen hadde nevnt sin egen forståelse av Vi kan-kniven. Tidens Tegn refererte også kongens utsagn, men da på en ”fordansket form”: ”Vi kan er kniven til utstilling”, se Tidens Tegn 13.05.38.

Vi kan-utstillingen er ofte sammenliknet med Stockholmsutstillingen i 1930.<sup>232</sup> Begge hadde funksjonalistisk arkitektur, og sprang ut av miljøer omkring håndverk og industri, arkitekter og formgivere. Utstillingene var symboler for en ny tid. I Stockholm var budskapet programmatisk for funksjonalismen og den nye livsstilen "[w]ithout ambiguity." Sammenlikninger skaper derfor inntrykket av at arkitekturen på Vi kan-utstillingen i likhet med sitt svenske forbilde tematiserte forholdet mellom moderne estetikk, en ny livsstil og sosiale reformer.

Arkitekt og professor Christian Norberg-Schulz har skrevet om Vi kan-utstillingen i et arbeid om Arne Korsmo. Ved de tre utstillingene Halden 1936, Moss 1937 og Oslo 1938 sto Korsmo enten for utformingen eller deltok bare i arkitektkonkurransen. "Alle var sprunget frem av en optimistisk tro på den nye tid, og ble populære manifestasjoner som introduserte den nye arkitekturen for et bredt publikum. Dette kommer fram i Oslo-utstillingens motto: *Vi kan.*"<sup>233</sup> Norberg Schulz skriver senere om utstillingens motto. "Vi kan" uttrykker den almenne tro på den nye livsstilen og på modernismen i kunsten og arkitekturen. 1930-årene var entusiasmens og overbevisningens tid, og den moderne arkitekturen vant bred anerkjennelse."<sup>234</sup> Særlig i det siste utsagnet blir "Vi kan" et symbol som knytter sammen en ny livsstil med modernisme i kunst og arkitektur.

Slik var det ikke. Funksjonalismen var omstridt på 1930-tallet fordi tilhengerne utfordret både økonomiske interesser og kulturelle oppfatninger. Motsetningene mellom disse ble trukket inn i forberedelsene.<sup>235</sup> I perioden 1934 til 1937 var det forhandlinger mellom formann i Foreningen Brukskunst Jacob Prytz, Arne Korsmo og OHIF om utforming og innhold på utstillingen. Alle hadde interesser i formformidling, design og produksjon, men de ble ikke enige om hvilken rolle funksjonalismen skulle få. Christine Myrvang har vært opptatt av formformidlernes og designernes selvforståelser. Disse gruppens plassering i industrisamfunnet og foretakssfæren, kan belyse forholdet mellom økonomi og kultur.<sup>236</sup> Korsmo og Prytz mente at utstillingen skulle vise hvordan funksjonalismen kunne skape et bedre liv for menneskene. Dette kunne skje med bruk av ny teknologi i byggebransjen og møbelfaget, og bedre estetisk kvalitet. OHIF var en organisasjon for produsenter av ulike varer og tjenester. Håndverkerne følte at nye oppfatninger om formspråk for industrielt preget

---

<sup>232</sup> Norberg-Schulz 2000 (1. utgave 1986), s. 63, og Skjerven 2004, s. 23.

<sup>233</sup> Norberg-Schulz 2000 (1. utgave 1986), s. 63.

<sup>234</sup> Norberg-Schulz 2003, s. 38 (1. utgave 1997)

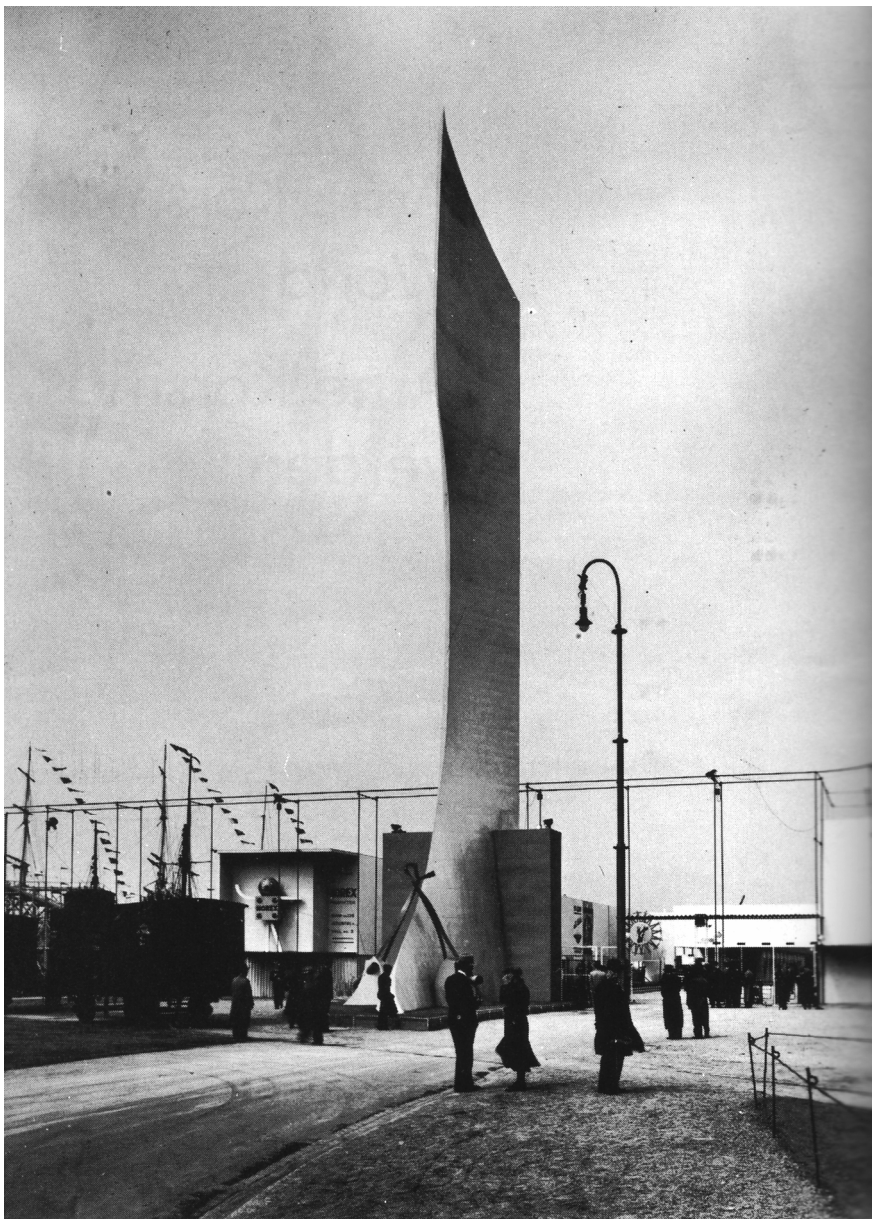
<sup>235</sup> Norberg-Schulz nevner hvordan funksjonalismen skapte konflikter på 1930-tallet, men uten å knytte dette til utstillingen spesielt, Norberg-Schulz 2003, s. 38 (1. utgave 1997). Se også Bing og Johnsen 1998, Findal 1996, Brochmann 2003 (1. utgave 1979) og Skjerven 2004.

<sup>236</sup> Myrvang 2004, s. 205.



produksjon truet gamle håndverksfag. Diskusjonene mellom Prytz, Korsmo og OHIF er derfor bruddflater som viser forholdet mellom tradisjon og modernitet, eller det som Myrvang har kalt møtet mellom design og forbruk, og estetikken i økonomien.

Analysen vil ikke fokusere på de rene arkitektoniske kvalitetene ved utstillingen. Å undersøke det formale uttrykket med vekt på komposisjon, form og farger, forutsetter en type kildemateriale og metodologi som tilhører arkitektur- og kunsthistorie som fag. Hensikten er i stedet å drøfte hvordan arkitekturen og visjonene knyttet til estetikken i bred forstand ble et stridstema. Begrunnelsene for å avvise ideene fra Prytz og Korsmo, forteller mye om hva utstillingen kunne ha vært, men som sto i motsetning til hva OHIF ønsket den skulle bli.



Vi kan-kniven ved hovedinngangen på Fillipstad. Kniven var laget av betong, men kledd med plater og malt sølvgrå. Legg merke til mannen som går ved foten av kniven som var 30 meter høy. Bilde: Findal 1996.

## Arkitektur som debatt og praksis

Motsetningene som utfoldet seg langs estetiske og økonomiske skillelinjer på Vi kan-utstillingen, hadde bakgrunn i en større debatt i mellomkrigstiden om arkitektur og formgivning. Arkitektur var uttrykk for ideologier for ulike typer formal estetikk. I tillegg til å tegne hus arbeidet mange arkitekter med møbeltegnning. I praksis måtte de alltid forholde seg til ønsker og meninger hos oppdragsgiverne, men arkitektene debatterte offentlig hva som var et godt formspråk. På 1920-tallet gikk frontene mellom nasjonalromantikere og nyklassisister, eller ”skinnfell” og ”toga”, om hva som var riktig stil.<sup>237</sup> Denne lokale motsetningen i Norge ble raskt opphevet da den internasjonale funksjonalismen kom til landet. Arkitekt Lars Backer oppførte Skansen restaurant på Kontraskjæret i 1927 som det første funksjonalistiske bygg i Norden. Ved begynnelsen av 1930-årene hadde de fleste arkitektene i Oslo gått over til å tegne i dette nye formspråket.<sup>238</sup>

Funksjonalismen var en holdning til arkitekturen, men i praksis også en ny stil. Det var ulike oppfatninger av funksjonalismen slik at den fikk flere betydninger. Bing og Johnsen mener at funksjonalismen kombinerte estetikk, bygningsteknikk og samfunnsmoral. Retningen kan oppfattes på minst tre forskjellige måter: 1) Formale estetiske kriterier, 2) forholdet mellom byggeoppgave og form, og form og materiale, og 3) mer komplekst der arkitektur, boliginnredning og formspråk blir satt inn i et totalt moderniseringsprogram.<sup>239</sup>

Den fransk-sveitsiske arkitekten Le Corbusier regnes som den viktigste ideologen for den internasjonale funksjonalismen. Han mente at det funksjonelle var det vakre, og bygget på den eldre maksimen fra den amerikanske arkitekten Louis Sullivan: Form follows function. Med ”fem punkter for en ny arkitektur” ville Le Corbusier revolusjonere arkitekturen for å skape en ny begynnelse:

1. bygningen skulle reises på søyler for å oppta minimalt med byggegrunn,
2. en fri planløsning med søyler gjorde bærende vegger overflødige,
3. vindusbånd skulle løpe langs ytterveggene siden de ikke var bærende,
4. en fri fasade skulle gjenspeile bygningens indre organisering
5. og alle hus skulle ha takterrasser for å gi himmelen tilbake til menneskene.

Motivasjonen for dette var både sosial og estetisk. Le Corbusier ville lage nye materielle rammer for økt mobilitet i en moderne tid.<sup>240</sup> Samtidig var det bolignød i storbyene i Europa som krevde nye løsninger for bygging av rimelige boliger. Nye materialer muliggjorde dette

---

<sup>237</sup> Sanstøl 1990, s. 12.

<sup>238</sup> Findal 1996, s. 36.

<sup>239</sup> Bing og Johnsen 1998, i Nye hjem (red. Bing og Johnsen), s. 12.

<sup>240</sup> Berman 1995 (1. utgave 1982), ss. 157-158.

og det ble regnet som gammeldags og umoralsk å bygge på fortidens krav til ornamentikk og kostbare løsninger. De nye materialene og bygningene med synlige konstruksjoner var av sin tid og var ”ærlig”. Bygningene skulle ikke ha noen kjennetegn for stil. I praksis var imidlertid de funksjonalistiske bygningene som ble oppført lett å kjenne igjen der de trekkene som er skissert ovenfor var mer eller mindre realisert. I Norge ble de nye bygningene ofte betegnet som ”funkis”.

Stockholmsutstillingen skapte dette begrepet som ble introdusert i Norge gjennom omtalen av utstillingen i *Byggekunst med under overskriften ”Funkis 1930”*.<sup>241</sup> Funkisbygninger hadde en formal likhet med de internasjonale forbildene, og utviklet samtidig egne lokale uttrykk. Kunsthistoriker Wenche Findal karakteriserer dette som den ”heroiske funksjonalismen og den strenge stilen”. Arkitektene kjempet for det nye, men i sin egen usikkerhet overfor forbildene holdt man seg til ”den strenge funksjonalismen”. Kubiske former, vindusbånd og hjørnevinduer var karakteriske trekk. Flatt tak var viktig for å markere forbindelsen til utlandet, men i Norge krevde klimaet ofte svakt hellende saltak eller pulttak.<sup>242</sup> Funkisbygg ble også oppført i tegl som ble pusset for å etterlikne forbildene i jernbetong.<sup>243</sup>

Funksjonalistene selv brukte ofte begrepene ”funksjonalisme” og ”funkis” på en upresis måte, men forble like optimistiske på vegne av sine egne ideer. De brukte ”funkis” både som forkortelse og som skjellsord om en stil som overflatisk etterlikner funksjonalismens formspråk uten å innbefatte dennes ideologiske overbygning”.<sup>244</sup> Le Corbusier kritiserte det snevre innholdet i begrepet ”funkis” da han besøkte Oslo i 1933.

Hva moderne opfatning angår er dere kommet meget lengre enn vi andre, men deres ord ”funkis” er – ifølge oversettelsen – en altfor snever betegnelse, den dekker bare den materielle side ved saken. Hva det gjelder er en fullstendig omforandring av arkitekturen i videre forstand, overført til selve samfundsbygningen, byplanen. Og her gjelder det som for huset at det er to krav som må oppfylles, for det første menneskets materielle behov og for det annet en ting som man ser mindre klart – det som skyldes en ny mentalitet. Man må berike ånden og hjertet og skaffe de enkelte individer resultater som bringer begeistring og glede, og føre menneskene frem mot en ny livsførsel.”<sup>245</sup>

Denne ideen om ”å bygge seg ut” av gamle tradisjoner og sosiale problemer var et argument for å gjøre arkitektur til et vesentlig premiss i debatten om modernisering av samfunnet.

---

<sup>241</sup> Findal 1996, s. 58.

<sup>242</sup> Findal 1996, s. 55.

<sup>243</sup> Kjeldstadli 1990, s. 350.

<sup>244</sup> Bing og Johnsen 1998, i *Nye hjem* (red. Bing og Johnsen), ss. 12-14.

<sup>245</sup> Le Corbusier, *Byggekunst 1933*, s. 43, i Findal 1996, s. 55.

Funksjonalismen var en del av en bredere utvikling som tidligere har blitt omtalt som ”den nye sakligheten”.

Forholdet mellom funksjonalisme og funksis er en nyttig inngang til å forstå hvordan aktørene forholdt seg til estetikken på Vi kan-utstillingen. Lekmenn så i det hele tatt ikke forskjellene på de to uttrykkene.<sup>246</sup> Konfliktene som oppsto kan føres tilbake til en spenning mellom to oppfatninger der estetikken enten var til forandring av samfunnet eller forskjønnelse av det eksisterende. Tidligere i denne analysen er det vist at Vi kan-utstillingen inneholdt tre ulike fortolkninger, tre former for modernisme.<sup>247</sup> En sosialestetisk, en teknisk-økonomisk og en sosialpolitisk representert ved henholdsvis utstillingsarkitektene og Foreningen Brukskunst, OHIF og til slutt Oslo kommune. Den sosialestetiske modernismen til Prytz og Korsmo var funksjonalismen. Den tekniske-økonomiske modernismen i OHIF hadde en estetisk oppfatning som trolig tilsvarte funksis. Møblene som de fremste møbelprodusentene i Oslo viste på utstillingen var i funksis. Arkitekturen på Vi kan-utstillingen ble av fagfolk regnet som fremragende funksjonalisme, men OHIF gav den ingen mening utover å skape oppmerksomhet. Alle forslag som kunne ha skapt en slik mening ble avvist. Funksjonalismen ble til pynt.

## Brukskunst ble presset

Foreningen Brukskunst deltok ikke med noen egen avdeling på Vi kan-utstillingen. Kunsthistoriker Astrid Skjerven skriver at brukskunstbevegelsen var ”demonstrativt fraværende” siden de ikke ønsket å delta, og at dette reduserte vesentlig innslaget av kunstindustri på utstillingen.<sup>248</sup> Brukskunst hadde imidlertid et formelt samarbeid med OHIF. Thor Kielland som direktør ved Kunstindustrimuseet, og tilknyttet Brukskunst, var medlem av juryen for arkitektkonkurransen. Brukskunst deltok også i den såkalte monteringskomiteen for selve utstillingen. Men i 1938 bidro Brukskunst også ved en mindre utstilling i Odd Fellow-gården i Oslo.<sup>249</sup> Dette fikk styret for Vi kan-utstillingen til å mene ”at [Brukskunsts] opptreden

---

<sup>246</sup> Kjeldstadli 1990, s. 350.

<sup>247</sup> Se kapittel 1 Innledning.

<sup>248</sup> Skjerven 2004, s. 23.

<sup>249</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, brev fra Mowinkel-Larsen 17.02.38. Foreningen Brukskunst skulle arrangere denne utstillingen i samarbeid med Møbelhandlerne forening, i fra slutten av april til begynnelsen av juni 1938, altså delvis samtidig med Vi kan-utstillingen. OHIF aksepterte at Møbelhandlerne forening, som ikke skulle delta på Vi kan-utstillingen, hadde et eget arrangement.

måtte karakteriseres som ”illojal”.<sup>250</sup> Tidligere hadde Brukskunst ønsket å delta med en egen avdeling på Vi kan-utstillingen, men var blitt presset ut av forberedelsene og utstillingen.

Brukskunst hadde ønsket å prege Vi kan-utstillingen i sin helhet. De var den fremste representanten i Oslo for det som Christine Myrvang har kalt ”den sosialestetiske bevegelsen” som ”tematiserte forholdet mellom produksjon og konsum, i et estetisk, sosialreformistisk og industrialistisk perspektiv. [...] De sosialestetiske debattantene grep fatt i industrialismen og masseproduksjonens fremvekst”, og hevdet at billige og masseproduserte ting preget av ”formmessig dårlige imitasjoner av tidligere tiders håndverksproduserte produkter” holdt på å fylle opp hjemmene.<sup>251</sup> Bevegelsen var forankret i samfunnet, ”og det uttalte målet var å bringe vakre, billige og moderne industriprodukter ut til alminnelige hjem.”<sup>252</sup> Målet for bevegelsen var dermed å påvirke både konsument og produsent til å forene maskinalderens muligheter til masseproduksjon med evnen til å produsere enkle, billige og vakre bruksgjenstander. I praksis var dette møbler og andre bruksgjenstander i et funksjonalistisk formspråk. Visjonene for rekkevidden av dette arbeidet var imidlertid svært ambisiøse; gjennom gode gjenstander la man grunnlaget for et godt liv.<sup>253</sup>

Jacob Prytz var direktør i Brukskunst og medlem av hovedstyret for Vi kan-utstillingen. I 1936 ba han seg fritatt for arbeidet i utstillingskomiteen fordi han hadde blitt direktør for Håndverks- og Kunstindustriskolen.<sup>254</sup> Da startet en brevkorrespondanse som involverte Prytz, Platou og Stranger, og som avdekket at det sosialestetiske programmet til Brukskunst hadde liten interesse for OHIF. I brev til Platou foreslo Prytz at hans plass ble overtatt av viseformann i Brukskunst, Thor Kielland, og han også fikk plass i arbeidsutvalg og plankomité. Dette ville være en fordel ”rent utstillingsmessig” for utformingen av den arkitektoniske rammen i arkitektkonkurransen. Kielland representerte moderne utstillingsprinsipper knyttet til arrangement av ulike avdelinger. ”Skal utstillingen bli den begivenhet alle venter, bør den betegne noget nytt både propagandamessig, reklamemessig og estetisk,” og Prytz mente dette ville bli ivaretatt av Brukskunst. Prytz regnet med at komiteen ville være enig i dette, og sa indirekte at OHIF ikke representerte disse hensynene på egenhånd.

Prytz ville at Brukskunst skulle prege hele utstillingen i utforming og innhold. Det hadde vært noe diskusjon i den forberedende komiteen om innholdet. En mulighet hadde som

---

<sup>250</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan hovedstyre arbeidsutvalg I Likvidasjon, referat fra styret i Vi kan-utstillingen, 28.02.38, s. 1.

<sup>251</sup> Myrvang 2004, s. 202.

<sup>252</sup> Myrvang 2004, s. 203.

<sup>253</sup> Myrvang 2004, s. 260.

<sup>254</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev fra Jacob Prytz i Brukskunst til Platou, 23.06.34.

kjent vært å lage en "Hjem-utstilling" delvis eller i sin helhet, eller å lage en egen avdeling for brukskunst som ved utstillingene i Bergen 1928 og Gøteborg 1923.<sup>255</sup> Men OHIF hadde bestemt seg for å ha et bredt fokus på håndverk, industri og Oslo som by. Prytz var uenig i denne løsningen, og sa med dette brevet at Brukskunst hadde som ambisjon at utstillingen skulle få en sosialestetisk målsetting.<sup>256</sup>

Spørsmålet om egen avdeling for Brukskunst og kunstindustri vil isåfall falle bort, og man kan i stedet sette alle krefter inn på å gjøre hele utstillingen til en propaganda for den gode smak og kvalitet såvel hvad arrangement som utstillingens innhold angår.

En slik målsetting ville være sammenfallende med den retorikken til Brukskunst ved deres egne utstillinger i 1920- og 1930-årene.<sup>257</sup> Et stort tiltak bygget på egne prinsipper var også i samsvar med deres plan om en større utstilling etter forbilde fra Stockholmsutstillingen.<sup>258</sup>

Disse argumentene fant ikke støtte hos OHIF. Å gjøre utstillingen til "propaganda for den gode smak" var noe annet enn hva OHIF hele tiden hadde hatt planer om. De var opptatt av å fremme næringsinteresser, omsetning, teknisk utvikling og å fokusere på Oslo som bysamfunn. Her kolliderte en sosialestetisk modernisme med en teknisk-økonomisk modernisme. OHIF markerte nå at den bestemte i forberedelsene. Platou beklaget at Prytz måtte trekke seg.<sup>259</sup> I et senere brev håpet han at samarbeidet med Brukskunst ville fortsette. Samtidig påpekte han at Prytz ikke var utpekt av Brukskunst til utstillingsarbeidet, men kun representerte seg selv og var utpekt av OHIF.<sup>260</sup> Prytz svarte at dette var han innforstått med, samtidig som han viste til hvordan han gjentatte ganger hadde blitt omtalt som representant for Brukskunst i ulike sammenhenger.<sup>261</sup>

Brukskunst var omstridt, og OHIF drøftet forholdet til foreningen på flere styremøter. Platou uttalte her at han "vilde ikke på noen måte at utstillingskomiteene skulde komme inn under Brukskunsts regime."<sup>262</sup> OHIF hadde en lang tradisjon for samarbeid Brukskunst, men med blandet erfaring. De to foreningene hadde begge interesse for produksjon av møbler og

---

<sup>255</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, "Forberedende komité 20.02.34", s. 6.

<sup>256</sup> Selv om retorikken fra Prytz uttrykker en sosialestetisk ambisjon, har kunsthistorikeren Randi Gaustad og Fredrik Wildhagen påpekt at det var stor avstand mellom retorikk og utstillingspraksis hos Foreningen Brukskunst (se Myrvang 2004, s. 217) Utover i 1930-årene orienterte de seg stadig sterkere mot middelklassen, og forlot i praksis koblingen mellom "smaksoppdragelse" og sosial reform. Et uttrykk for dette var at utstillingene ikke lenger viste frem komplette, forbilledlige bomiljøer, men kun samlinger av bruksgjenstander i grupper (se Myrvang 2004, s. 219).

<sup>257</sup> Gaustad, i Myrvang 2004, s. 219.

<sup>258</sup> Skjervan 2004, s. 23.

<sup>259</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev til Brukskunst ved Prytz fra OHIF 25.06.34.

<sup>260</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev til Brukskunst ved Prytz fra OHIF 28.06.34.

<sup>261</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev til Hovedstyret fra Prytz 29.06.34. Prytz ble i likhet med andre representanter i de styrende organer alltid omtalt med sin organisasjon eller næringssektor.

<sup>262</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan hovedstyre arbeidsutvalg I Likvidasjon, referat fra styret i Vi kan-utstillingen, 13.02.36, s. 1. Se også andre referat i samme mappe om forholdet til Brukskunst.

andre bruksgjenstander. På 1920-tallet hadde OHIF som den gang het Kristiania håndverks- og industriforening arrangert årlige lotteriutstillinger for nye møbler for å øke det estetiske nivået og fremme interessen for håndverket.<sup>263</sup> Dette var en typisk kunstindustriell virksomhet med røtter tilbake til 1800-tallet, som hadde utviklet seg som en del av den store utstillingsbevegelsen som Vi kan-utstillingen var en del av. Kunsthistoriker Ingeborg Glambek viser at kunstindustribevegelsen knyttet store økonomiske interesser til arbeidet for bedre estetikk. Det ble antatt at estetisk gode produkter ville øke omsetningen.<sup>264</sup> Brukskunst og OHIF hadde derfor en mulighet til å berike hverandre både estetisk og økonomisk gjennom samarbeid.

Lotteriutstillingene var ledet av et utstillingsutvalg hvor Brukskunst var representert ved Jacob Prytz som formann og Thor Kielland som viseformann. Her drev Brukskunst propaganda for sitt sosialestetiske program for den gode smak og standardisert produksjon. Dette hadde skapt en konfliktlinje mellom arkitekter og møbelsnekkere. Skillet tilsvarte på mange vis de ulike interessene hos Brukskunst og medlemmer av OHIF på midten av 1930-tallet. Arkitektene tegnet skisser til prototyper for nye møbler. Møbelsnekkerne produserte møblene som ble stilt ut på lotteriutstillingen som uttrykk for ”den gode smak”. Brukskunst etablerte seg som kunnskapsorgan og ”smaksdommer” på samme tid. Som en del av en større kunstindustriell bevegelse mente foreningen at møbelproduksjonen ville ha fordel av deres påvirkning og at de dermed arbeidet for kulturelt fremskritt.

Møbelsnekkerne ønsket større innflytelse i produksjonsprosessen for møbler hvor de i økende grad så sine interesser truet. De ønsket å tegne møblene selv, og mente arkitektene ikke kjente til håndverksteknikkene slik at de tegnet teknisk dårlige produkter. Brukskunst søkte det nye og eksperimentelle i møblene som arkitektene best kunne ivareta, mens håndverkerne ville heller bygge på velprøvde løsninger for en gradvis utvikling. Det nyklassisistiske formspråk på 1920-tallet ble derfor heftig kritisert av håndverkerne. Dette formspråket krevde avanserte løsninger som svekket møbelsnekkernes innflytelse over produksjonsprosessen. Situasjonen ble ikke bedre for dem da funksjonalismen med møbler av ”jernrør” kom på 1930-tallet. Andreas Bugge som anmeldte utstillingen for Morgenposten i 1930 spurte om snekkerne ville bli erstattet av rørleggeren.<sup>265</sup> Konfliktene varte inn på 1930-tallet der Brukskunst beholdt kontrollen over lotteriutstillingene. Samarbeidet hadde vedvart

---

<sup>263</sup> Til dette punktet om tidligere samarbeid omkring lotteriutstillingene gjorde jeg et eget kildearbeid basert på et eget klipparkiv i OHIF. Dette klipparkivet omfatter Oslo-aviser fra årene 1921 til 1938.

<sup>264</sup> Glambek 1988, s. 73.

<sup>265</sup> Morgenposten 25.10.30

der OHIF ved juveler Arthur David-Andersen hadde støttet Brukskunst i utstillingsutvalget. Denne erfaringen med Brukskunst må ha påvirket oppfatningen av foreningen hos OHIF.

Debatten rundt lotteriutstillingene hadde gått i aviser og tidskrift, og herfra kan Platou ha fått en skeptisk innstilling til Brukskunst. Platou rådførte seg om forholdet til Brukskunst i brev med Stranger som også var skeptisk. Stranger uttrykte det gamle synet fra håndverkerne om at gamle former var best. I sin selvbiografi skrev Stranger senere om Brukskunst: ”Jeg tilstår at jeg hadde vanskelig for å godta nye og outrerte former, - ikke fordi jeg er åreforkalket, men fordi jeg oppfatter de gamle og prøvede former som bedre og mindre anstrengte og derfor til større nytte og glede.”<sup>266</sup> I et brev til Platou argumenterte Stranger likevel for at Brukskunst var en ressurs for utstillingsarbeidet. Han ønsket Thor Kielland inn i hovedstyret, og eventuelt også i arbeidsutvalget siden Prytz hadde sittet der. Stranger mente at forholdet til Brukskunst ”- hvilken mening man enn har om denne institusjon og dens virkemåte, - bør være best og klarest mulig”. Det er ikke mulig å fastslå om Stranger kjente til det konkrete fremstøtet fra Prytz, men Stranger kjente synspunktene til Brukskunst. Han mente at forberedelsene under ledelse av Platou ville kunne håndtere forholdet til Brukskunst og profittere på et samarbeid. Brukskunst hadde gode forbindelser til pressen og en krets av ”moderne utstillingsmennesker”, i følge Stranger.<sup>267</sup>

Platou ønsket imidlertid at samarbeidet med Brukskunst skulle skje på en annen måte.<sup>268</sup> Kielland ble i arbeidsutvalget innstilt som medlem av hovedstyret, men ikke til arbeidsutvalget fordi Platou vektla at man ikke trengte flere personer.<sup>269</sup> Stranger var enig i denne ordningen, samtidig som han ønsket Kielland med i juryen for arkitektkonkurransen. ”Med en slik opnevning mener jeg at hele forholdet til Brukskunst og de interesser som denne institusjon stort sett kan sies å representere er tilgodesett.”<sup>270</sup> Stranger bidro her til å presse ut Brukskunst fra forberedelsene. De kunstindustrielle aspektene som også hadde en økonomisk side, mente Stranger at Brukskunst ikke lenger kunne bidra til. Dette var et brudd med tidligere utstillingstenkning, som hadde vært fremme så sent som i den forberedende komiteen i 1933. I stedet ønsket Stranger å bruke Brukskunst til å tjene Vi kan-utstillingen som et prosjekt for økt omsetning. Med Kielland i juryen kunne det bidra til en god arkitektonisk ramme for hele utstillingen som var avgjørende for dens attraktivitet. OHIF hadde med denne manøveren skapt et brudd mellom de sosialestetiske ambisjonene og

---

<sup>266</sup> Stranger 1972, s. 144.

<sup>267</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev til Platou fra Stranger 22.10.34, s. 2.

<sup>268</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev til Stranger fra Platou 23.10.34.

<sup>269</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev til Platou fra Stranger 31.10.34, s. 1.

<sup>270</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev til Platou fra Stranger 31.10.34, s. 2.



utstillingsarkitekturen. De to formene for modernisme; sosialestetisk og teknisk-økonomisk lot seg ikke forene.

## Symboler som splittet

Utformingen av utstillingsområdet skulle løses gjennom en arkitektkonkurranse. Et motto for utstillingen skulle finnes gjennom en konkurranse der folk fra hele landet ble invitert til å delta. Resultatene av disse konkurransene om symboler sier noe om resepsjonen av det tiltaket som OHIF hadde satt i gang. Med de føringene som OHIF hadde gitt, ble nå andre invitert til å prege utstillingens budskap gjennom den symbolverdien som lå i både arkitektur og motto, emblem og plakat. Juryen i flere av konkurransene besto av ekspertise på det aktuelle feltet og representanter fra OHIF. Ekspertene var der som rådgivere, ikke som premissleverandører for selve utstillingen. Arkitekturen og motto "Vi kan" var betegnende for to trekk ved utstillingens budskap – det moderne og optimismen. Det valgte emblemet kom til å uttrykke både tradisjon og optimisme, og dette blir derfor det sterkeste symbolet på arrangørens egen oppfatning av utstillingen.

Til arkitektkonkurransen ble kun medlemmer fra Oslo arkitektforening og andre godkjente invitert til å delta. Om dette skyldes "Oslo-rammen" for utstillingen er usikkert. Begrensningen av innbudte gjorde det svært sannsynlig at utstillingen ville få en modernistisk utførelse, siden mange arkitekter i Oslo i midten av 1930-årene tegnet i dette formspråket. Skjerven mener at utfallet av konkurransen skyldtes at medlemmene i juryen representerte et moderne arkitektursyn.<sup>271</sup> Juryen besto av arkitekt Georg Eliassen, reguleringsjef Harald Hals, arkitekt Herman Munthe-Kaas, alle oppnevnt av Oslo arkitektforening, og alle var tilhengere av den funksjonalistiske arkitekturen, og juryen fikk et flertall av modernister. Fra OHIF kom arkitekt Carl Berner, direktør Thor Kielland, direktør Th. Platou, disponent Rolf Stranger, alle oppnevnt av utstillingskomiteen.<sup>272</sup> Kielland var den eneste av disse som hadde markert seg som modernist, mens Carl Berner og Stranger var tradisjonalister.

OHIF formulerte ingen spesielle visjoner for utstillingen når det gjaldt den arkitektoniske utformingen. "Konkurransen går ut på å løse utstillingen planmessig, arkitektonisk og dekorativt i dens hovedlinjer på grunnlag av de opplysninger utstillingskomiteen på det nåværende tidspunkt kan gi." Deretter ble det vist til andre utstillinger som hadde vært avholdt de siste årene, og i hvilken stil de hadde vært bygget.

---

<sup>271</sup> Skjerven 2004, s. 24.

<sup>272</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, Program for arkitektkonkurransen om Håndverks- og Industri-utstillingen i Oslo 1938, 28.11.34, s. 6.

Stockholmsutstillingen 1897 i «et slags spansk renessanse», Århusutstillingen i ”etslags klassisk trearkitektur», og ”Asplunds opsiktsvekkende utstilling i Stockholm 1930, hvor nye veier blev betrått, foruten om våre egne utstillinger i Bergen, Drammen, Sarpsborg og Trondheim.” Tidsspennet i denne sammenstillingen var stort, og det eneste som synes å binde dem sammen er at de alle ble arrangert i Norden. Forøvrig varierte de både i formspråk og i omfang. Sammenstillingen fremstår derfor tilfeldig, og dette understrekes av at Jubileumsutstillingen i Kristiania i 1914 heller ikke er nevnt, selv om den ellers i planleggingen var en hyppig brukt referanse. Utlysningen var tydelig oppmerksom på at Stockholmsutstillingen 1930 hadde vært noe nytt som et stykke utstillingsarkitektur. Den var imidlertid ikke enestående, siden Østfoldutstillingen i Sarpsborg 1930 var i funksjonalistisk stil.<sup>273</sup> Invitasjonen la ikke opp til at arkitekturen skulle ha en bestemt symbolverdi.

Det kom inn 28 forslag i konkurransen, og seieren gikk til arkitektene Arne Korsmo, Knut Knutsen og Andreas Nygaard. Arkitektens symbolverdi var ikke et tema hos juryen. ”Den vellykkede og festlige helhetsvirkning som er opnådd ved forholdsvis enkle og økonomiske midler, understøttes kraftig av forfatterens gjennomarbeidede forslag til en livlig og karakteristisk farvebehandling og belysning.”<sup>274</sup> Arkitekturen var redusert til et redskap for å skape oppmerksomhet. Vinnerutkastet hadde ”Vi” som motto. I programmet for arkitektkonkurransen var det nevnt at Stockholmsutstillingen 1930 hadde motto ”acceptera”, mens utstillingen i Oslo skulle være ”Vi kan !”.<sup>275</sup> ”Acceptera” fanget med et ord hele Stockholmsutstillingens sosialestetiske målsetting: Aksepter det nye formspråket for den nye tid. I Oslo sto arkitektene fritt til å tolke ”Vi kan” etter beste evne. Sammenhengen mellom arkitektur og motto forble vag gjennom hele utstillingsperioden. Å velge et motto uavhengig av arkitekturen viste at OHIF ikke la vekt på en symbolmessig likhet mellom disse to elementene på et mer ideologisk grunnlag. Den lyse stemningen i arkitekturen som kunne skape optimisme for det nye som skulle vises frem var det vesentligste. Her var funksjonalismen et nyttig redskap.

Motto ble valgt etter en offentlig konkurranse åpen for alle der i alt 565 forslag ble vurdert. Juryen bestod av representanter for OHIF, president i Norges presseforbund Knut Domaas og president i Norges Reklameforbund Thor Biørn Schyberg. Jacob Prytz fra Brukskunst var derimot ikke med.<sup>276</sup> De innsendte forslagene sier noe om hvilke egenskaper

---

<sup>273</sup> Findal 1996, s. 56.

<sup>274</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, Arkitektkonkurransen. Juryens betenkning, ss. 8-9.

<sup>275</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, Program for arkitektkonkurransen om Håndverks- og Industri-utstillingen i Oslo 1938, 28.11.34, s. 1.

<sup>276</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, ”ang. ”MOTTO” Konkurransen.”, referat fra juryen 02.06.34.

som ble forbundet med en utstilling for håndverk og industri og med Oslo på 1930-tallet. Forslagene varierte fra det helt tradisjonelle som "Produksjonsutstilling" til rytmiske varianter som "Oslo- yrke – kunst & styrke".<sup>277</sup> 2. premie gikk til "Syn for sagn" og 3. premie til "Oslo IDAG". Valg av motto for utstillingen var det tydeligste uttrykket for hva OHIF ville ha som budskap. "Vi kan" viste til ambisjonen om å skape optimisme under den økonomiske krisen, øke selvtilliten gjennom bruk norske varer og dermed skape vekst. "Vi" er et svært flertydig ord, og var et nyttig redskap for den hegemoniske ambisjonen til utstillingen. Mottoet kunne brukes til å inkludere og samle oppslutning om utstillingen, der "Vi" kunne være både næringslivet, byen Oslo, eller nasjonen Norge som "kan" produsere varer og tjenester av høy kvalitet. I realiteten ble slagordet oppfattet som en provokasjon i andre byer som ikke fikk delta på utstillingen. "Vi kan" var utstillingens viktigste retoriske refreng som ble ladet med ulike typer mening for ulike grupper og i ulike sammenhenger, men som alltid refererte til utstillingen selv.<sup>278</sup> Gjenkjennelsen av mottoet var et viktig grep for markedsføringen av utstillingen. Arkitektur og motto preget utformingen av utstillingens emblem og plakat.

## Symboler som samlet

Det ble også holdt en konkurranse for utforming av emblem og plakat. En jury vurderte alle de 144 innsendte forslagene til emblem.<sup>279</sup> Vinnerutkastet var utformet av tegneren Jons og hadde motto "Moderne midler på tradisjonens grunn".<sup>280</sup> Det viste en siluett av overkroppen på en mannfigur sett rett forfra, med hevet hammer, og stjerner over. Figuren kunne gi klare assosiasjoner til en smed fra middelalderen eller tidlig nytid der hodeplagget var av historisk type. Skjerven kaller dette symbolet for et malapropos til den modernismen som Korsmo skapte med arkitekturen.<sup>281</sup> OHIF må derimot ha ment at emblemet med en blanding av tradisjon og modernitet forente deres oppfatning av utstillingen. Emblemet viste tradisjon og arbeidslyst som begge må ha vært egenskaper OHIF kunne identifisere seg med ved et 100-årsjubileum. Emblemet passet også for å skape ny optimisme under krisen - det norske arbeidet skulle bygge på både tradisjon og nyskapning. Men tegnerens slagord ble ikke brukt

---

<sup>277</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, brev til hovedstyret for utstillingen, 18.06.34. Av andre forslag kan nevnes: Ånd og hånd, Hvad vi evner, Hånd og maskin, Yrke sjå, Norsk fremtid, Norge i Arbeid, Farve – form & Fart, Syn for Sagn, Laboremus, Liv og rørelse, Ved Rikets port, Ohoi, Arbeidets verdi, Framtia, Nyttige never, Hånd – Ånd – Arbeide, Jeg vil bygge mitt land, Oslo, alltid fremover. To andre forslag som ikke nådde opp ble likevel kjøpt inn for bruk i propaganda: "Følg pilen til Frognerkilen" og "Kongestranden".

<sup>278</sup> Ekström 1994, s. 268.

<sup>279</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, Emblemkonkurranse, referat fra juryen 05.12.34, s. 1.

<sup>280</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, Emblemkonkurranse, referat fra juryen 05.12.34, s. 3.

<sup>281</sup> Skjerven 2004, s. 24.

videre, i stedet var mottoet ”Vi kan” innarbeidet i emblemet.<sup>282</sup> OHIF brukte emblemet til å binde sammen sin egen historie med utstillingens historiske, nasjonale og fremtidsrettede budskap.



Emblemet for Vi kan-utstillingen.  
Bilde: Tidens Tegn

Rolf Stranger, som var formann i juryen, mente også ”at det vilde det ville være meget gunstig for utstillingen” om emblemet ”kunde benyttes som utstillingens plakat.”<sup>283</sup> Det ble i stedet utlyst en plakatkonkurranse, men alle 36 innsendt forslag ble forkastet. Fire reklametegnere i Oslo ble invitert til å konkurrere, og Harald Damsleth vant med sitt forslag som hadde modernistiske trekk og viste Vi kan-kniven og emblemet.<sup>284</sup> Plakaten oppsummerte de ulike elementene som symboliserte utstillingen, og viste den sammensatte karakteren til hele arrangementet. OHIF ønsket oppmerksomhet mot utstillingen, og i plakaten var den arkitektonisk dristige kniven det sentrale blikkfanget. Men i det videre samarbeidet mellom arkitekter og OHIF var utstillingens interesser viktigst.

### Arkitektenes ambisjon om helhet

Arkitektkonkurransen hadde kun trukket opp skisser til løsningen av utstillingen. De enkelte paviljonger skulle tegnes ut i detalj av Korsmo og kollegene hans. Arbeidet gav Korsmo vesentlig innflytelse over hvordan deltakerne kunne fremstå. Bedriftene skulle delta enten med egne paviljonger eller som en del av større utstillinger. Korsmo la frem detaljerte forslag til hvordan han tenkte seg utformingen. Han sto ikke bare til deltakernes disposisjon, men

<sup>282</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, brev fra Mowinckel-Larsen til Platou, Ang. emblekonkurransen, 10.12.34. Det vedlagte forslaget viser emblemet med motto ”Vi kan”.

<sup>283</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, Emblemkonkurranse, referat fra juryen 05.12.34, s. 3.

<sup>284</sup> Eskeland 1939, s. 44. Plakaten er gjengitt på forsiden av oppgaven.

hadde forslag til hvordan hans egne ideer om arkitektur kunne eksponeres. Her ville han binde sammen fremstillingen av varer og tjenester til det nye tema bolig, som han selv var opptatt av. Formidlingen til publikum mente han ville bli enklere gjennom slike bærende ideer.

Disse initiativene sammenfaller med Korsmos syn på arkitektur. Skjerven skriver at "[d]et som for Korsmo var av altoverskyggende betydning, var å skape helhet". Intensjonen hadde to ulike opphav. En klassisistisk oppfatning med "krav til orden, der de enkelte delene skulle gå opp i en enhet som var mer en summen av delene". Modernismen var den andre inspirasjonen. Her var den grunnleggende visjonen en bedre verden gjennom å skape helhetlige omgivelser ved hjelp av kunsten. Ved å forbedre menneskets miljø skulle med andre ord mennesket bli bedre. Skjerven mener at en problematisk side ved dette var ideen om allkunstverket, "der kunststartene smeltet sammen i ett uttrykk, unikt i tid og rom". Korsmo betraktet sitt arbeid som kunst: "Arkitektur er den store ordnende faktor av kunstområdet". Sin store ambisjon uttrykte han slik: "Romkunst! Det er et begrep vi ennå ikke har utviklet her hjemme. Den kunsten som koordinerer ideen med dimensjoner i alle plan, med rytme, farve og form og blir til musikk."<sup>285</sup>

Utstillinger var en type kommunikasjon som var tematisk overskridende, og som tok i bruk et stort spekter av virkemidler for å iscenesette sitt eget budskap. Å lage utstillinger passet derfor Korsmo meget bra.<sup>286</sup> I løpet av 1930-årene deltok han i de fleste utlyste konkurransene og ble Norges fremste utstillingsarkitekt, noe som gav stor prestisje. Korsmo tegnet Haldenmessen 1936, Mosseutstillingen 1937, den norske paviljongen ved verdensutstillingen i Paris 1937, og Vi kan-utstillingen i 1938. Denne var faktisk den første som ble planlagt med konkurransen i 1935. Ønsket om å skape helhet var en klar intensjon også ved Vi kan-utstillingen.

Etter flere konferanser mellom utstillingsarkitektene, Platou og Mowinckel-Larsen i OHIF, la Korsmo og de andre utstillingsarkitektene frem sine ideer til hvordan utstillingen skulle løses i detalj i et langt dokument datert 14.03.36. Et overordnet grep ble først slått fast:

Utstillingens budsjett åpner ikke muligheten for spesielle materialbehandlinger og konstruksjoner av kostbarere art. Man vil derfor ikke tilstrebe en spesiell arkitektonisk ramme a la Stockholms-utstillingen, med utad søke å opnå en størst mulig sammenhengende virkning ved enkel flatebehandling.<sup>287</sup>

---

<sup>285</sup> Skjerven 2004, s. 20-21.

<sup>286</sup> Skjerven 2004, s. 23.

<sup>287</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, dokument "Håndverks- og industriutstillingen i Oslo 1938" 14.03.36, s. 3. Dokumentet er heretter kalt for "Arkitektenes presentasjon". Arne Korsmo var hovedarkitekt, og det godt mulig at det er han selv som har skrevet dokumentet og at det dermed er hans ideer som i hovedsak kommer frem.

Meningen med dette utsagnet er noe uklart, og Vi kan-utstillingen fikk tilslutt et mer ”ekspressiv og scenografisk karakter” enn sitt svenske forbilde.<sup>288</sup> Men akkurat som på Stockholmsutstillingen ville arkitektene bruke boligen som tema til å formidle en totalitet av produkter og vurderinger av disse. Flere slike ideer som var samlende eller ”bærende” for hele utstillingen skulle gjøre organiseringen og formidlingen enklere. Samtidig mente arkitektene at dette kulturelle aspektet ved å formidle en helhet av sammenhenger var like viktig som målet om økt omsetning. Disse to målene skulle fortolkes som en enhet. ”[K]ulturelt sett gjelder det å vekke forståelse for de enkelte interesseområder, samfundslivet og deres innsats i felleskapet. Vi tror i alle fall på den måte å trekke foretningens vekst og kulturens utviklingslinje op som to paralleller.”<sup>289</sup>

Forslaget hadde tre grunnleggende formidlingsgrep som fikk betydning for meningen. Det første var å legge flere håndverk i byggebransjen inn ”under ideen ”boligen” eller ”bygge og bo centralen”.” Dette skulle utformes som en butikkgate med verksteder bak butikkvinduer. Lyskasser ville vise fotomontasjer av forhistorien og utviklingen i faget og teknologien betydning for verktøyet. ”Knyttet til boligens utvikling. Altså et historisk – statistisk og kritisk syn fremstillet lettleselig for de besøkende”, skrev arkitektene. Det andre var at bruksgjenstander til boligen skulle fremstilles gjennom en stor forretning. Fremstillingen var tenkt som en kritisk vurdering bygget på arkitektenes prinsipper for en god bolig. I lokalet skulle det være bygget en rekke modeller som demonstrerte boligens konstruksjonsprinsipper – ”både riktig og feil”. Det tredje var egne rom som skulle demonstrere den funksjonalistiske boligideologien i både romplan og møblering: ”rummenes oppbygning etter forskjellige prinsipper, økonomisk, hygienisk, sanitært- med total arkitektonisk konklusjon, - materialvurdert – statistisk fotomontasje.”<sup>290</sup>

Arkitektene ville fremheve den tematiske sammenhengen mellom elementene i boligen for å vise sterke og svake sider ved boligen som en helhet. Vurderingene av ”riktig og feil” var bygget på arkitektenes verdier for hva som var den gode bolig. Den samme troen på arkitektenes muligheter til å kunne definere standardsvar på problemer viste seg der planen var å presentere hele møblerte rom. Fremstillinger av ulike typer leiligheter i Oslo skulle vise ”standard type problemene og spesialmøblene”. Dette var en sosialestetisk ide der en helhetlig og god ramme for livet skulle skape fremskritt. Den sosialpolitiske engasjementet bak disse ideene var imidlertid begrenset. Sosial boligbygging av rimelige leiligheter var Korsmo

---

<sup>288</sup> Skjerven 2004, s. 25.

<sup>289</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, ”Arkitektenes presentasjon”, 14.03.36, s. 2.

<sup>290</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, ”Arkitektenes presentasjon”, 14.03.36, s. 2-3.

generelt lite opptatt av.<sup>291</sup> Arkitektene ville vise frem et sosialt differensiert tilbud av boformer for individuelle behov i et åpent marked, og trolig er det Korsmos egne tanker som vises her:

Man ser hybelleiligheten, man ser den bedre bolig i leiegården. Man ser villaen etter de forskjellige bygningstekniske prinsipper. I det hele, man får sig forelagt saken slik at man etter besøket i disse avdelinger har gjort sig op en klar mening om efter hvilke prinsipper og utfra hvilke forutsetninger hjemmet blir til, og de enkeltes interesser søkes tilfredstilt på markedet.<sup>292</sup>

Ideene ble ikke realisert slik de var skissert her, og de detaljerte årsakene til dette er ikke kjent. Løsningene kan ha blitt for kostbare. Diskusjonene med Platou i forkant hadde trolig avdekket interessenmotsetninger mellom OHIF og arkitektene knyttet til det å presentere det som ble kalt for "fremtidsprinsipper" i forslaget. "At man i samme avdeling ganske forsiktig søker å aktualisere enkelte av de nyere prinsipper, man kan mulig kalle det fremtidsprinsipper som melder sig på de forskjellige områder,- måtte det intet være til hinder for."<sup>293</sup>

Ønsket om å skape helhet på en utstilling kan ikke bare begrunnes i Korsmos oppfatning av arkitektur. Ambisjonen om helhet fantes i utstillingsideologien som en idé om oversikt med fullstendige presentasjoner av hvor langt utviklingen hadde kommet på et felt. Moderne innstilte arkitekter som skulle lage en representasjon av sitt eget fagfelt måtte oppfatte "fremtidsprinsipper" som en integrert del av det store tema. I konklusjonen skrev derfor arkitektene om forholdet til dette: "Det vesentlige er at saken og de forskjellige områder som knytter sig til sakens løsning, nemlig menneskeboligen, hjemmet, at den idé er levendegjort."<sup>294</sup> Forsøkene med å realisere ideene fortsatte under forberedelsene, og konflikten knyttet til modernismen fulgte med.

## Moderne bygg

Motsetningene mellom ulike former for modernisme toppet seg ved planleggingen av fellespaviljongen "Moderne bygg". Håndverkere og Oslo arkitektforening forsøkte å lage en felles utstilling bygget på mange av de samme ideene som ble skissert tidligere av Korsmo. Teknologi og estetikk hadde fortsatt en nær sammenheng med kulturelle oppfatninger og økonomiske interesser blant arkitekter og håndverkerne i både byggebransjen og møbelfaget. En sosialestetisk og en teknisk-økonomisk modernisme sto også her mot hverandre. Diskusjonen rundt "Moderne bygg" tok opp argumenter fra den gamle konflikten mellom

---

<sup>291</sup> Skjerven 2004, s. 19.

<sup>292</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, "Arkitektenes presentasjon", 14.03.36, s. 3.

<sup>293</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, "Arkitektenes presentasjon", 14.03.36, s. 3.

<sup>294</sup> OHIF-arkivet, mappe: Vi kan, "Arkitektenes presentasjon", 14.03.36, s. 3

Brukskunst og møbelsnekkerne på 1920- og 1930-tallet, og mellom det såkalte ”teglpartiet” og ”betongpartiet” i byggebransjen.

Arne Korsmo kom med det konkrete forslaget til ”Moderne bygg”. Håndverkene ville bli demonstrert gjennom arkitektenes løsninger med ”et moderne bygg i mursten, i hvilket det var forutsetningen å innrede moderne leiligheter av forskjellige typer”.<sup>295</sup> Dette utgangspunktet ble støttet av Håndverkskomiteen for Vi kan-utstillingen som mente ideen var ”meget morsom”, og trodde at følgende håndverkslaug ville ha interesse av å delta: murmestere, tømmermestere, bygningsnekkere, malere, tapetserere, rørleggere, gipsmakere, møbelsnekkere og møbeltapetserere. Laugene ble kontaktet gjennom OHIF, og de fleste var positive til planene. Ideen om å la håndverksfagene bli representert gjennom et felles bygg var egentlig ikke ny, men ble gjennomført ved Jubileumsutstillingen i 1914. Dengang oppførte OHIF en stor trevilla som sin utstilling.<sup>296</sup> En egen komite for ”Fellesbygg på Vi-kan – Utstillingen” som besto av fem håndverkere og en ingeniør arbeidet videre med planene. Ved innkalling til møte i komiteen hadde planene fått et tydeligere radikalt, ideologisk innhold: ”et moderne bygg i mursten i hvilket der skal innredes leiligheter av særlig hensiktsmessig type (idealleiligheter).”<sup>297</sup>

Boligen var den byggeoppgaven som fikk mest oppmerksomhet fra funksjonalistene. Idealeiligheter var den utstillingsformen som visualiserte deres ideer om en ny helhet av planløsning og møblering. Findal skriver at ”Det moderne liv” innebar en ny livsstil, en ny ideologi som krevde en ny arkitektonisk ramme. Dette innebar bedre levestandard og boliger med ”lys, luft og grønt” og god hygiene var et generelt krav.”<sup>298</sup> Å skape en slik ny ramme for livet i hjemmene så funksjonalistene som et frigjøringsprosjekt sosialt og estetisk. Deres ideologi skulle være forutsetningen for en ny praksis – det moderne livet. Stil og livsstil ble to sider av samme sak. Møbler og bruksgjenstander fulgte med som et integrert uttrykk for de samme ideer som i arkitekturen. Le Corbusier sa treffende at ”huset er en maskin å bo i”, og ”stolen er en maskin å sitte i”. Han utformet boligen etter inspirasjon fra den rasjonelle skipslugaren. Med en total integrering av møbler og gjenstander på et lite og rasjonelt planlagt areal skulle livet ”gå som smurt”.<sup>299</sup>

Idealleiligheter var et mye brukt virkemiddel i mellomkrigstidens utstillingspraksis hos den sosialestetiske bevegelsen. Brukskunst hadde innredet 17 idealeiligheter ved Nye

---

<sup>295</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, Cirkulære nr 44/1936, datert 20.11.36.

<sup>296</sup> Schou 1938, s. 237.

<sup>297</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, Cirkulære nr.46/1936, datert 18.12.36.

<sup>298</sup> Findal 1996, s. 48.

<sup>299</sup> Findal 1996, s. 19.



Hjem-utstillingen i 1920, Østkantutstillingen benyttet metoden kontinuerlig gjennom hele mellomkrigstiden, og Stockholmsutstillingen i 1930 hadde en stor avdeling med idealboliger. Prosjektet ”Moderne bygg” ble omtalt i Aftenposten, og den eksperimentelle karakteren ble fremhevet. Tanken var å ha en arkitektkonkurranse for utformingen av leilighetene, og at arkitektene

skulde stå helt fritt, ubundet av alle hemninger i retning av skikk og bruk, bygningslov etc. – de skulde hver for sig utforme idealeiligheten slik som de tenker seg den, med alle den moderne teknikks muligheter og alle de moderne materialer tatt i bruk innenfor de økonomiske rammer som måtte trekkes op.<sup>300</sup>

På denne måten ble utstillinger betraktet som en arena og pådriver for fremskrittet, som sammenfalt med den overordnede begrunnelsen for utstillingen. Halvard Trohaug har skrevet hovedoppgave om middelklasseleiligheten som et uttrykk for det funksjonalistiske boligideal. Han viser at de fleste leiligheter som ble bygget i mellomkrigstiden var kompromisser mellom gamle og nye prinsipper for planløsning, og leilighetene var verken for ”avantgardistiske, konservative eller private”.<sup>301</sup> Trohaug viser også at Stockholmsutstillingen fikk stor betydning for utformingen av den norske leilighetsidealet for middelklassen.<sup>302</sup>

Aftenposten var oppmerksom på samme effekt vinteren 1936, og mente at

med den boligbygging som nu foregår i Oslo og Aker vilde et slikt arrangement kunne få den største betydning. Så allsidig erfaring som mange av våre arkitekter nu har i boliginndredning, vil de sikkert kunne fremlegge meget verdifulle direktiver for boligutviklingen, når de får en slik anledning til uhemmet gjennomføring av alle sine erfaringer. Vi behøver bare å minne om for et europeisk incitament boligutstillingen i Stuttgart 1929 viste sig å være – for ikke å snakke om den betydning som nettop boligene på Stockholmsutstillingen 1930 viste sig å få, ikke bare for Sverige, men for hele Norden.<sup>303</sup>

Arkitektene fikk i denne omtalen all æren for bidra til fremskrittet og ”Moderne bygg” ble fremstilt som deres prosjekt. Den funksjonalistiske ideologien hos arkitektene skapte også en økonomisk interesse hos dem for å tegne og bygge hus i den nye stilen som kunne utføres i armert betong (jernbetong). Denne nye teknologien gjorde det mulig å bygge på nye og avanserte måter. Betong slo igjennom som materiale for industribygg og større anlegg, men det ble langvarig strid om bruken i boligbygg.<sup>304</sup> ”Byggteknisk konservatisme og modernisme var knyttet til stridende næringsinteresser”, skriver Knut Kjeldstadli om byggebransjen i

---

<sup>300</sup> Aftenposten, aftenutg. 05.12.36

<sup>301</sup> Trohaug 1998, i Nye hjem (red. Bing og Johnsen) s. 207.

<sup>302</sup> Trohaug 1998, i Nye hjem (red. Bing og Johnsen) s. 206.

<sup>303</sup> Aftenposten, aftenutg. 05.12.36

<sup>304</sup> Kjeldstadli 1990, s. 350.

1930-årene i Oslo.<sup>305</sup> Den gamle byggemåten med murstein ble kritisert for å være langsom, mens motstanderne av betong mente den verken var billigere eller mer praktisk.

Byggebransjen delte seg i ”teglpartiet og ”betongpartiet” med hver sine tilhengere. Teglpartiet fikk besto av murere og teglprodusenter, mens betongpartiet var ingeniører, funksjonalistiske arkitekter og storentreprenører. I formannskapet i Oslo kommune klaget F. Selmer i 1927 over agitasjon fra murmesterne. ”Av rent taktiske grunde har murmesterne forenet sig med de lægmænd som foretrekker en gammeldags arkitektur.”<sup>306</sup> Løsningen utover i 1930-årene i byggebransjen ble å la entreprenørene og betongen ta de store anleggene, mens murerne bygget boliger. Konflikten i byggebransjen gjorde at et fellestiltak mellom funksjonalistiske arkitekter og håndverkere som bygget i mursten kunne bli konfliktfylt.

Håndverkskomiteen for utstillingen drøftet planene for ”Moderne bygg” i et møte 20.12.36. Foruten de faste medlemmene, var arkitekt Arne Korsmo, arkitekt Gudolf Blakstad fra Oslo arkitektforening, formann i utsmykningskomiteen Thor Kielland fra Brukskunst og generalkommisær for Vi kan-utstillingen Mowinkel-Larsen, til stede. Håndverkets avdelinger skulle ifølge Korsmo bestå av ”a) laugsalene, b) verkstedhallene og c) moderne bygg.” På dette tidspunktet var altså de planene Korsmo hadde lagt fram på våren samme år om ”bygge og bo centralen” osv. forkastet til fordel for en utstilling som i stedet fremhevet den enkelte produsent. Fellesutstillingen ”Moderne bygg” foreslo Korsmo å dele i to avdelinger:

- a) Et kompleks med hensiktsmessige, formålstjenelige leilighetstyper således som de nå finnes på markedet. Der vises enkel og rasjonell byggeteknikk, rumkunst og møblering.
- b) En eksperimentell avdeling laget av arkitekter omfattende leilighetstyper etter konkurranse. Avdelingen tar sikte på nye materialer og på å skape ny rumkunst.<sup>307</sup>

De to delene tilsvarte skillet mellom det som var tilgjengelig av håndverksprodukter på markedet og hva arkitektene ønsket skulle være tilgjengelig. Den eksperimentelle delen skulle være osloarkitektenes egen deltakelse på utstillingen, men utstillingsarkitektene ville stå til disposisjon for utstillerne i begge avdelinger. Ordet ”rumkunst” brukte Korsmo til å beskrive begge avdelinger, og viser at han fortsatt ønsket å skape en helhetsvirkning i arkitekturen. Det var mulig at arkitektenes ideer da ville komme i konflikt med håndverkernes økonomiske interesser, og en av de andre arkitektene i komiteen var oppmerksom på dette.

---

<sup>305</sup> Kjeldstadli 1990, s. 350.

<sup>306</sup> Kjeldstadli 1990, s. 351.

<sup>307</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, Korsmo i håndskrevet møtereferat 20.12.36, s. 1.

Arkitekt Gudolf Blakstad representerte Oslo arkitektforening. Han uttalte at meningen var at fem leiligheter skulle innredes etter en konkurranse som en tremannskomiteé hos dem nå arbeidet med. Arkitektene ønsket å gi økonomisk støtte til møbelsnekkerne som deltok på utstillingen, ”som i enkelte tilfeller vilde ha vanskelig for å få solgt de arkitekttegnede ultramoderne møbler.”<sup>308</sup> Blakstad siktet her trolig til stålrørsmøbler som var det mest moderne på 1930-tallet, og viste samtidig avstanden i smaksoppfatninger mellom møbler funksis og funksjonalisme. Den vanlige konsument og deler av pressen hadde gjennom 1930-tallet vært skeptisk til det som ble vist frem på boligutstillinger.<sup>309</sup> Arkitekt og skribent Odd Brochmann skriver om dette i ”Bygget i Norge”: ”Hva folk flest hadde å innvende var at det ble operert med det kantede, brutale og steile, at arkitektene helt neglisjerte begreper som trivsel og hygge. Deres hus ble omtalt som kasser, deres stuer sammenliknet med tannlegers venteværelser.”<sup>310</sup> Mange håndverkere laget derfor møbler med moderat moderne form – funksis.<sup>311</sup>

Reaksjonene fra resten av komiteen på forslaget om den eksperimentelle avdelingen forteller både om interesse og skepsis. Utstillingens generalkommisær Mowinckel-Larsen sammenliknet den eksperimentelle avdelingen med Stockholmsutstillingen 1930. Etter hans utsagn hadde den ”omfattet en rekke modellbygninger av moderne hjem etter tegninger av arkitekter, og denne avdeling var særdeles vellykket og samlet altså et stort antall skuelystne.” Et slikt tiltak var med andre ord en attraksjon på utstillingen, men ble ikke av OHIF tillagt noen annen ideologisk verdi for utstillingen. De betraktet ikke eksperimentell estetikk som fremskritt.

Hensynet til økonomien ved prosjektet ”Moderne bygg” var av stor betydning for håndverkerne i komiteen. Bygningen ville bli kostbar, og utstillingen selv kunne ikke bidra økonomisk til prosjektet. Håndverkslaugene skulle trolig bære utgiftene slik Mowinckel-Larsen mente det var gjort i Stockholm. Begrunnelsen for å avvise forslaget skapte en klar sammenheng mellom håndverkernes økonomiske interesser og deres skepsis til den sosialestetiske modernismen hos arkitektene. Ingeniør Mathiesen, som var en av komiteens faste medlemmer, mente

at etter hans mening ville de moderne bygg kun omfatte en avdeling hvor arkitekter og håndverkere samarbeidet. En egen arkitektavdeling som var idédriftig og fremtidsbetonet vilde kanskje komme til å tiltrekke publikumsinteressen til seg i sådan

---

<sup>308</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, Blakstad i håndskrevet møtereferat 20.12.36, s. 2.

<sup>309</sup> Bing og Johnsen, i Nye hjem (red. Bing og Johnsen) ss. 33-34.

<sup>310</sup> Brochmann 2003 (1. utgave 1979), s. 250.

<sup>311</sup> Bing og Johnsen, i Nye hjem (red. Bing og Johnsen) s. 33.

grad at håndverksavdelingen vilde lide derunder. Det ville dessuten bli billigere for begge parter hvis det ble samarbeide.<sup>312</sup>

Muremester Fossum, malermester Ruud m.fl. i komiteen var enige med Mathiesen. Med ulike oppfatninger av modernismen blant håndverkere og arkitekter, var det de økonomiske interessene til håndverkerne som veide tyngst for dem. Imidlertid ønsket komitémedlem Edelman å diskutere videre forslaget om økonomisk støtte fra arkitektene. De fleste håndverkergruppene som var representert var også villige til å gå med på planen om et fellesbygg slik det var skissert av Korsmo, og hvor de delte på utgiftene som foreslått av Mowinckel-Larsen. Økonomien var viktigere enn ideologien siden utgiftene skulle fordeles etter i hvor stor grad bygget ”kan sies å tjene som reklame for faget eller for utførende firmaer”.<sup>313</sup>

Det var nytt møte i komiteen 19.01.37, og her viste Korsmo frem en pappmodell av ”Moderne bygg” med fem eller seks idealleiligheter i 2.etasje slik at man kunne betrakte leilighetene fra et galleri i 3.etasje. Til dette var komiteen

enig i at dette arrangementet vilde gi et godt inntrykk av rummenes anordning og arkitektens løsninger, og at det sikkert vilde tilfredstille arkitektens interesser. Derimot vilde møblene ikke komme til sin rett og man vilde ikke ha fått noget inntrykk av malernes og tapetserernes arbeide.<sup>314</sup>

Fossum og andre i komiteen var ”i tvil om hvorvidt den del av fellesbygget som forutsettes å skulle gi et inntrykk av de forskjellige byggfags arbeide [...] vil svare til hensikten.<sup>315</sup> Murerne ville ialfall [sic] kunne oppnå det samme på en langt enklere og billigere måte.” Med dette hadde håndverkerne avvist den sosialeestetiske manifestasjonen fra arkitektene om et ”Moderne bygg”. Håndverkerne ønsket å stille ut sine arbeider slik at de kom best mulig til sin rett ut fra egne faglige kriterier. De la mindre vekt på å koble sitt eget håndverk til det eksperimentelle innenfor arkitektur og formgivning. På samme måte som i forholdet mellom OHIF og Brukskunst, foretok håndverkerne her et brudd med den kunstindustrielle bevegelsen som arkitektene fortsatt representerte i utstillingssammenheng. Nå ble i stedet Korsmo og arkitektforeningen henvist med sine ideer til Nordisk bygningsdag.<sup>316</sup> Dette var en mindre utstilling og kongress med eget budsjett som skulle avholdes på Vi kan-utstillingen, og som var et nordisk forum for både håndverkere og arkitekter. Arkitektene ble slik en gruppe med egne interesser som på lik linje med andre deltakere skulle eksponeres

---

<sup>312</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, møtet 20.12.36, håndskrevet referat, s. 2.

<sup>313</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, møtet 20.12.36, håndskrevet referat, s. 3.

<sup>314</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, møtet 19.01.37, håndskrevet referat, s. 3-4.

<sup>315</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, møtet 19.01.37, håndskrevet referat, s. 4.

<sup>316</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, møtet 19.01.37, håndskrevet referat, s. 4.

individuell. Komiteen besluttet å be Korsmo om komme til et nytt møte torsdag 21. januar for å redegjøre nærmere for sine planer.<sup>317</sup> Moderne bygg ble likevel ikke realisert.<sup>318</sup>

Da Vi kan-utstillingen hadde åpnet i 1938 ble arkitekturen godt mottatt av kritikerne. Arkitekturen ble karakterisert som både en holdning til byggeoppgaven, og som dekorativ underholdning. Motsetningene i diskusjonene under forberedelsene ble nå fremført av Jacob Prytz og journalist Henry Røsoch. Prytz mente utstillingen gav stadig ”nye overraskelser med partier som både arkitektonisk og kunstnerisk er av interesse.” Arkitekturen ble tolket i funksjonalistisk retning: ”Her virkes det med helt ærlige moderne hjelpemidler som ikke gir seg ut for annet enn utstilling bygget opp for en sommer og som også bærer preg av å være gjort på en enkel og økonomisk måte.”<sup>319</sup> Røsoch var mer opptatt av hvordan arkitekturen på utstillingen virket som dekorasjon og underholdning. Han viste til at flere av arkitektenes ideer ikke var realisert, men dette hindret ikke at arkitekturen virket til sitt formål om å skape attraktiv ramme.<sup>320</sup> Arne Korsmo skrev selv en poetisk beskrivelse av det bildet som hadde inspirert ham til å utforme arkitekturen. Her ble stedet, symbolene og utstillingens innhold knyttet sammen på en måte som ellers var fraværende i retorikken rundt utstillingen:

I dette øieblikk ser jeg den her oppe fra luften. Jorden er dyp, svart – byen ligger i grå dis – men langs Frognerkilen ligger et smykke – et kjede – som av alskens stener som lyser – gnistrer lever. [...] Der lyser den i mot en, klar, blendende – *kniven*, – ingen fredens engel i gull, men selve den koncentrerte vilje til orden – symbolet på høi standardproduksjon – symbol på alt som vil overvinne vanskelighetene... [...] Imens jager neonlyset op mot tårntoppen og ned mellom de to parabelflater – stempler og stempler – symbolet på energi. Natten er fylt av dyp mystikk og munter livskraft – ens egen glede har smittet de tusen.<sup>321</sup>

## Konklusjon

De tre sakskompleksene med Brukskunst, konkurransene om symbolene, og forslagene fra Arne Korsmo forteller om vesentlige aspekter ved Vi kan-utstillingens egen utviklingshistorie. Her ble det foretatt avgjørende valg som formet utstillingen i tråd med ulike typer modernisme. Den teknisk-økonomiske modernismen hos OHIF dominerte over den sosialestetiske hos arkitektene. I arkitektur og formgivning tilsvarte dette begrepene funksjonisme og funksjonalisme. Vi kan-utstillingen kunne derfor ikke bli et direkte norsk motstykke

<sup>317</sup> OHIF-arkivet, mappe: Utstillinger V, Vi kan-utstillingen 1, møtet 19.01.37, håndskrevet referat, s. 4.

<sup>318</sup> Fellesbygget for håndverkerne på Jubileumsutstillingen i 1914 var et såkalt ”Byggmesterhus” som var karakterisert ved tradisjonelle håndverksløsninger, se Schou 1938, s. 237. Da var håndverket i harmoni med byggebransjen, mens på 1930-tallet hadde industrielt pregede løsninger fått overta som ikke synliggjorde håndverksteknikkene på samme måte.

<sup>319</sup> Vi kan-bladet nr. 12, s. 1.

<sup>320</sup> Tvedten og Knutsen 1982, s. 29.

<sup>321</sup> Norberg-Schulz 2000 (1.utgave 1986), s. 27.

til Stockholmsutstillingen 1930, selv om den funksjonalistiske ideologien sto sterkt i miljøene av arkitekter og formformidlere i Oslo.

Stockholmsutstillingen hadde fått sitt ultraradikale budskap etter at de samme miljøene i Sverige hadde kuppet forberedelsene hos arrangøren Svenska Slöidföreningen.<sup>322</sup> OHIF kan ha vært klar over dette, og vært ekstra på vakt mot forsøk på å overstyre deres intensjoner. Spesielt skepsisen mot Brukkunst var det flere som delte. Kunsthistoriker Reidar Kjellberg uttalte i et tilbakeblikk i 1964: ”Den nye bevegelsen svarte ikke til noe folkekrav, men ble ledet av en liten bande entusiaster som hersket gjennom infiltrasjon og overumpling. De tok hånd om konkurranser og utstillinger, lokket og truet håndverkere, fabrikanter og forhandlere, ga ut årbøker og tidsskrift og gjorde seg til godt pressestoff, så de kunne nå det store publikum gjennom en uopphørlig tekstreklame i avisene.”<sup>323</sup> Kjellberg var selv nært knyttet til dette miljøet, og utsagnet er trolig ment både underfundig og ironisk. Det som gjør utsagnet morsomt, og dermed betegnende, er at innholdet pretenderer å være sant. Brukkunst ble trolig oppfattet slik av sine motstandere.

OHIF og deres representanter avviste forslagene fra både Brukkunst og arkitektene om en helhetlig utstilling bygget på en sosialestetisk modernisme. Utstillingsarkitekturen ble det eneste bidraget som kunne tolkes slik, og uten en direkte forbindelse med det øvrige innholdet på utstillingen. Den teknisk-økonomiske modernismen knyttet til nye forbruksvarer av alle slag fikk dominere slik OHIF ønsket. Her fikk produsentene av forbruksvarene slippe til med sine ideer og ideologi på en måte som ikke ble kontrollert av OHIF under planleggingen. Det budskapet som ble skapt på selve utstillingsfeltet kom til å handle om rollefordelingen i samfunnet mellom produsenter og forbrukere, og bidro til å skape en forbrukerkultur. Begeistringen var stor for det moderne, men ble fulgt av en ambivalens knyttet til hvordan man skulle forholde seg til det nye.

---

<sup>322</sup> Glambek 1995, s. 227.

<sup>323</sup> Myrvang 2004, ss. 217-218.

## Kapittel 4 Feiring av forbruk

*Publikum må kjøpe bevisst – ikke tankeløst.  
Morgenposten 30. april 1938*

*Se Oslo-bryggerienes utstilling. Arbeidende modell av et bryggeri. Ølglass  
inneholdende 3000 liter. Film hver hele time.  
Annonse i Vi kan-bladet nr. 5-1938*

Et nytt forbruksmønster brøt igjennom i mellomkrigstiden, og Vi kan-utstillingen var en av flere arenaer hvor dette mønsteret ble formet. Utstillingen var en iscenesettelse av varer og tjenester som skulle påvirke forholdet mellom produsent og forbruker. Produsentene gjorde tilskuerne til forbrukere med det overordnede budskapet ”kjøp norsk” for å motvirke krisen.

Den konkrete iscenesettelsen av dette foregikk på to måter. Den ene var å gi rollen som forbruker bestemte egenskaper slik at de kjøpte norske varer. Utstilte gjenstander fulgt av opplysende fremstillinger i paviljongene med tekst, bilder, statistikk, gjenstander, brosjyrer, bøker og avistekster forklarte hvilken betydning produsent og forbruker hadde i fellesskap for samfunnet. Den andre var å bruke fascinasjonen for maskiner til å gjøre de nye standardiserte forbruksvarene attraktive. Publikum ble underholdt med maskiner og modeller av fabrikker som laget produkter. Reklamen var ofte en fremstilling av produksjonsprosessen for det aktuelle produktet. Tekst, bilder, råvarer og ferdigvarer kunne illustrere dette, men mest populært var arbeidende modeller av fabrikker. Modeller av varer ble montert som gigantiske installasjoner der varer og varelogo ble satt i bevegelse til underholdning og reklame.

Til mange av utstillingsobjektene var det knyttet ideologier som kan knyttes til den nye sakligheten. Kjøp av norske varer ble begrunnet med rasjonalistiske tanker om sosialhygiene og med husmorideologi. Men samtidig spilte reklamen også på hedonistiske aspekter som i forbruk av mat og klær. Forbindelsen mellom varer, ideologier og næringslivets interesser gjorde ”norske varer” eller ”kjøp norsk” til retoriske refreng som gav uttrykk for flere formål samtidig. Å vise de nye varene skulle skape økt omsetning og fremskritt, og arrangører og deltakere arbeidet innenfor en teknisk-økonomisk modernisme.

Masseproduksjonen av nye produkter skulle bidra til sosial utjevning og en positiv innstilling til fremskrittet. Mange nye varene innebar nye og *riktige* handlingsmønstre for alle som skulle skape en klasse - middelklassen. Ideen var sentral innenfor den nye sakligheten. Som nevnt ville den svenske sosialdemokraten Alva Myrdal bygge et sosialistisk samfunn på reform av livet i hjemmene i fagfolks regi.<sup>324</sup> Dette var politiske standpunkter fra den

---

<sup>324</sup> Jakobsen 1994, s. 3.

utdannede middelklassen, men oppfatningene ble delt i borgerlige miljøer og i arbeiderbevegelsen. I Norge skulle det bygges et mer egalitært samfunn med nye forbruksvarer fra industrien.<sup>325</sup> Reklamen for mange av de nye varene handlet om en estetisk-santitær retorikk der fagfolk gav instruksjoner om nye livsmønstre. På Vi kan-utstillingen gikk produsentenes interesser om høyere omsetning sammen med middelklassens ideologier og praksiser om ny og *riktig* bruk. Slik samarbeidet næringsborgerskap og middelklasse om å definere og få gjennomslag for sitt kulturelle hegemoni som motsvar til mer radikal og revolusjonær politikk.

Disse aspektene gjorde Vi kan-utstillingen til en fremskrittfortelling, der de nye standardiserte forbruksvarene var de fremste tegnene. Men det var spenninger og ambivalens i budskapet. Det var flere næringsgrener på utstillingen som ikke bare hadde fordel av tanken om ”kjøp norsk”, og der fremstillingene befant seg mellom nasjonale interesser og næringsinteresser. Et annet tema i fremskrittfortellingen var også at industriproduksjon var en trussel mot håndverket, og dette skapte ambivalens i budskapet om fremskrittet. Dette ble paradoksalt forsterket av iscenesettelsen som hadde maskinene som store attraksjoner.

Analysen av denne iscenesettelsen vil ta utgangspunkt i forholdet mellom utstillere, objekt og tilskuer som er den grunnleggende strukturen for kommunikasjonen på en utstilling.<sup>326</sup> Ved å se på hvem som taler, for hvilket formål og i hvilken sammenheng, er det mulig å analysere hva slags type budskap som fikk betydning for hvordan forbruksvarer ble utbredt, forstått og brukt.<sup>327</sup>

### ”Kjøp norsk” som instruksjon

Arrangører og utstillere ønsket å instruere publikum. Aftenposten trykket en tekst av direktør Wilh. Munthe-Kaas med overskriften ””Vi Kan” – gå, se og lær”. På sommeren hadde tilskuerne begynt å svikte utstillingen, og Munthe-Kaas som arbeidet for arrangørene, mente ”det store publikum for sin egen orienterings skyld plikter å gå utstillingen igjennom både en og flere ganger. Det er en fremvisning av realiteter og samtidig en anskuelsesundervisning som sjelden bys det norske folk”.<sup>328</sup> Munthe-Kaas ønsket at folk skulle lære om de norske varene: ”jeg tror allikevel at det store publikum ennu til en hvis grad er i villrede om hvad der egentlig nu fremstilles i Norge av gode og prisbillige varer.”<sup>329</sup>

---

<sup>325</sup> Eskeland 1939, s. 83.

<sup>326</sup> Se kapittel 1 Innledning.

<sup>327</sup> Til denne fremgangsmåten for analyse av iscenesettelse har jeg hentet inspirasjon fra Lyngø 2003, s. 40.

<sup>328</sup> Aftenposten 13.07.38

<sup>329</sup> Aftenposten 13.07.38



I rammen av utstillingen var ikke forbrukeren ”en selvstendig figur, men snarere uløselig knyttet til det norske arbeidet”.<sup>330</sup> Også ved andre utstillinger hadde tilskuerne blitt betraktet som en passiv masse som kunne påvirkes med propaganda.<sup>331</sup> Tanken om ”kjøp norsk” var en del av et større arbeid i mellomkrigstiden å fremme norske varer i konkurranse med importvarer. Even Lange skriver i sin hovedoppgave om markedsutvidende tiltak under krisen. Opprinnelig startet kampanjen for ”kjøp norsk” i 1921 da Landsforeningen Norsk Arbeide ble stiftet. Oppslutningen var likevel lav helt frem til 1930, og det ble klaget over at folk ikke la merke til propaganda for norske varer.<sup>332</sup> Dette endret seg raskt fra 1931 da virkningene av den økonomiske verdenskrise kom til Norge. Det var den akutte krisen som nå lå bak argumentasjonen. Appellen om å kjøpe norske varer hadde to sentrale begrunnelser, og som også gjaldt annet opinionsskapende arbeid under krisen. ”Det var nødvendigheten av å redusere importen for å spare utenlandsk valuta og bringe balanse i utenriksregnskapet, det andre behovet for nye arbeidsplasser på grunn av stigende arbeidsløshet.”<sup>333</sup>

”Kjøp norsk” var en hel forklaring om hvordan samfunnet hang sammen med produsent (og arbeider) og forbruker. På utstillingen var ikke Landsforeningen Norsk Arbeide engasjert, men formålet var det samme. ”Kjøp norsk” strukturerte budskapet på utstillingen. Handelsminister Alfred Madsen sa i talen da utstillingen åpnet: ”Retten til arbeide forutsetter også plikten til å bruke landets produkter i størst mulig utstrekning”.<sup>334</sup> Forbrukeren ble en funksjonell del av prosessen med produksjon og omsetning, og det skulle være et samarbeid mellom produsent og forbruker. Forbrukerrollen ble konstruert med et nasjonalt sinnelag, en bevissthet om nasjonaløkonomiske sammenhenger, sosialt ansvar og moralsk plikt. Norsk forbruk var alvorlig. En utstilling skulle opplyse om dette.

En stor kollektiv utstilling for ”beklædningsindustrien” ble planlagt i den såkalte temporærhallen på Vi kan-utstillingen under mottoet ”Klæ dig norsk”.<sup>335</sup> Det ble også planlagt en landsomfattende vindusutstilling av alt som kunne kalles norsk tekstil, og Morgenposten så dette tiltaket i sammenheng med Vi kan-utstillingen. Begge arrangementene var et samarbeid mellom produsenter og arbeider i tekstil,- konfeksjons- og manufakturindustrien og Norges Husmorforbund. Formann i komiteen for vindusutstillingene, Knut Hesstvedt, snakket om forholdet mellom produsent og forbruker:

---

<sup>330</sup> Myrvang 2004, s. 237.

<sup>331</sup> Meikle 1979, ss. 199-200

<sup>332</sup> Lange 1974, s. 146.

<sup>333</sup> Lange 1974, ss. 147-148.

<sup>334</sup> Myrvang 2004, s. 237, og Myrvang 2004 etter Eskeland 1939, s. 62.

<sup>335</sup> Morgenbladet 27.04.38

– Det gjelder å ruske op i publikum slik at dette foretar sin innkjøp av tekstil og konfeksjonsvarer ikke i tankeløshet, men bevisst. [...] Fabrikantene vil skaffe oss varen så vakker, allsidig og billig som mulig. Arbeiderne vil produsere så godt som mulig, så produktene lett finner vei til kjøperne. Og den enkelte kjøper må føle en naturlig plikt til å kjøpe norske varer i størst mulig utstrekning.<sup>336</sup>

Morgenbladet kommenterte også denne saken og mente forbrukerne hadde et ”socialt ansvar”.<sup>337</sup> Det karakteristiske ved dette og andre utsagn som skulle instruere forbrukerne, var blandingen av påbud og pedagogikk. Instruksjonen på selve utstillingen kunne arte seg som et opplysende budskap som viste hvordan noe var, for dermed å si noe om hvordan det burde være. Fremstillingen av reiselivet var typisk. Oslo Reisetrafikkforening viste at byen var blitt et sentrum i landet for turisttrafikk, særlig som en følge av skipstrafikk. Fritid hadde blitt viktigere for alle ettersom retten til tre ukers betalt ferie var gitt ved lov i 1937. Feriereiser var en ny forbruksvare og ferieturer i Norge konkurrerte med reiser til utlandet.<sup>338</sup> Publikum ble derfor tatt med på en ”vandring” gjennom landet. Oslo viste seg frem i bilder fra sommer og vinter, og Landslaget for Reiselivet viste norsk natur i ”plastiske karter, fotografier og roterende panoramaer”. Folklore var nå redusert til et slags kuriosa for turister der ”bygdens folkeliv var antydnet med festlige nasjonalklædte dukker”. Men turisme og fritid ble likevel fremstilt i en ramme av ”kjøp norsk”, ved å vise samspillet med andre næringer. En illustrasjon viste hvordan en ungt par som kom til byen kunne bruke 100 kr. til ”hoteller, restauranter, innkjøp etc. og hvordan de videre kommer jordbruk og fiske handel, håndverk og industri til nytte”.<sup>339</sup>

Slike budskap ble fremført i flere av paviljongene, som hadde noen fellestrekk med pedagogiske virkemidler som statistikk, illustrasjoner, belærende tekster, og en fremskrittfortelling. Det forekom både en åpen og en skjult argumentasjon hos utstillerne som fremhevet sine interesser for å skape nye typer forbrukeradferd. Publikum ble omtalt som forbrukere som skulle lære at næringslivet hadde en viktig rolle å spille, og at forbruker og næringsliv hadde felles interesser. Samtidig kunne fokuset på ”kjøp norsk” generelt i utstillingen dekke over spenninger i interesser mellom ulike næringsgrener.

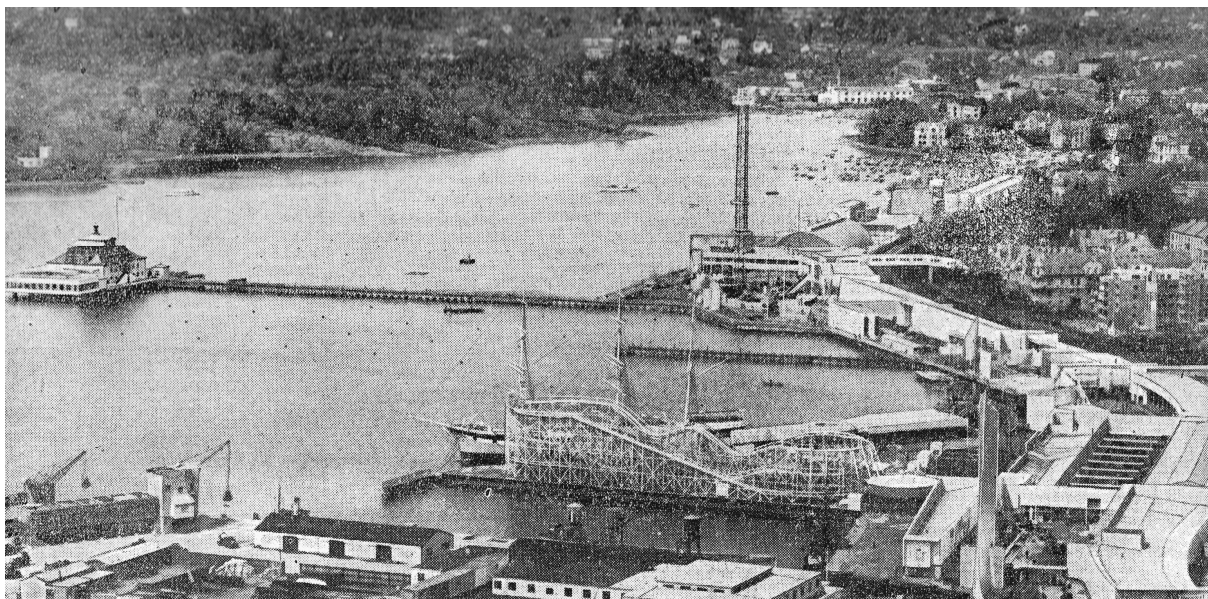
---

<sup>336</sup> Morgenposten 30.04.38

<sup>337</sup> Morgenbladet 30.04.38. Formuleringene hos Morgenbladet er ikke i form av referat, men nesten identiske med hva Hesstvedt uttalte til Morgeposten. Trolig var formuleringen ”socialt ansvar” også fra Hesstvedt.

<sup>338</sup> ”Heisaturer” til København med båten Bergensfjord var en mulighet i 1930-årene, slik en annonse fra Den norske amerikalasje viser fra 1938, se Hanisch og Lange 1981, s. 42.

<sup>339</sup> Eskeland 1939, s. 101.



Frognerkilen med Vi kan-utstillingen langs vannet. "Kniven" står ved hovedinngangen nederst i høyre hjørne av bildet. De hvite utstillingshallene og de enkeltstående paviljongene lå langs en hovedgate gjennom hele utstillingsområdet. Ved tårnet (omtrent) midt i bildet lå festplassen og hovedrestauranten. I forgrunnen er fornøylesavdelingen med berg- og dalbane. I nedre billedkant skimtes også bananmodneriet på Fillipstad, mens bygningen ute i vannet til venstre er restauranten "Kongen". Bilde: Aftenposten

## Mellom næringsinteresser og nasjonale interesser

Kriseforståelsen gikk som nevnt ut på at produksjonen var for stor, og at høyere forbruk var midlet til vekst. Paviljongene for handelsnæringen, bankvesenet og skipsfarten viste på hver sine måte hvordan "kjøp norsk" både var integrert og sto i motsetning til interessene i hver av disse sektorene. Her var det propaganda for næringene, men ikke spesielt for "kjøp norsk".

Motto for handelsnærings paviljong var: Handelen har skapt Oslo.<sup>340</sup> Initiativtaker til paviljongen var grosserer Erling Steen som uttalte:

I våre dager er det ikke produksjonen av varene som volder vanskeligheter, for den side av saken kan man vel si er løst til fullkommenhet. Men omsetningen av varene støter ofte på hindringer som innvirker på hele det økonomiske liv. Derfor må man få øinene op for handelens rolle i det moderne samfund.<sup>341</sup>

Her ble "kjøp norsk" ikke nevnt spesielt, og handelsnæringen sto i et tvetydig forhold til denne tanken. Proteksjonismen og økende tollbarrierer hadde medført synkende omsetning og profitt for handelsnæringen. Men med økt omsetning som følge av økonomisk vekst utover på 1930-tallet, vokste handelsnæringen sterkere enn andre sektorer.<sup>342</sup> I paviljongen var det derfor mekanismer for internasjonalt varebytte som sto i fokus.

<sup>340</sup> Handels- og sjøfartstidende 11.05.38.

<sup>341</sup> Vi selv og våre hjem, maiutg. 1938. Aschehoug..

<sup>342</sup> Grytten og Hodne 1992, ss. 136-138.

Til å illustrere ”handelens rolle i det moderne samfund”, ble det tatt i bruk ”moderne” virkemidler som statistikk. Budskapet om høyere forbruk skulle illustreres på ”en morsom og anskuellig måte”. Såkalt ”billedlig fremstilling av statistikk” hadde allerede fått gjennomslag ved andre utstillinger.<sup>343</sup> Statistikken var saklighetens instrument, og det var sterk tro på den gjennomslagskraft. I handelsnæringens paviljong ble statistikken fulgt av illustrasjoner, fotomontasjer og tekst. Steen sa at [o]rdet statistikk har jo en trist klang i de fleste ører, men her tror jeg virkelig det skal lykkes å gjøre fremstillingen så levende at selv statistikken glir ned som syltetøi...<sup>344</sup> Aftenposten omtalte denne paviljongen som underholdende. Også i 1933 hadde Aftenposten vist hvordan den trodde på at problemene med omsetningen og budskapet om ”kjøp norsk” fikk størst oppslutning om de ble beskrevet med tall.

Norsk arbeide var opprinnelig en bevegelse som mange andre der hadde vår sympati. I dag er det blitt en kraft i folkeopinionen hvis kilde ikke bare er stemning men realitetenes verden, et regnestykke, tall og kjennsgjerninger [sic] å ta og føle på [...] bevegelsen har fått høikonjunktur gjennom den internasjonale utvikling på valuttaens og handelspolitikens område.<sup>345</sup>

Handelsnæringen fikk også fordeler av ”kjøp norsk” da forbruket steg, men fokus i paviljongen var likevel på næringens egenart. Eskeland mente paviljongen viste ”hvor bunnfalsk den er den gamle forestilling om at handelen er en uproduktiv næring”.<sup>346</sup> Statistikken og illustrasjonene inngikk i et budskap som skulle styrke handelens interesser. ”Hvad handelen og dens trivsel betyr for menneskene”, skrev Morgenposten i en overskrift.<sup>347</sup> Her støttet avisen opp om ideen at gode vilkår for handelsnæringen kom alle (”menneskene”) til gode. Statistikk var et vanlig innslag på utstillinger, og kunne brukes til nøytrale beskrivelser eller kobles til politiske visjoner.

Historiker Anders Houltz har skrevet om Gøteborgutstillingen i 1923, og viser hvordan statistikk ble brukt for å vise fremgangen for svensk industri. Utstillingen viste en imponerende virksomhet i industrien, men også vekstproblemer for industrien ble tematisert.<sup>348</sup> Sju år senere ble industrien tematisert på Stockholmsutstillingen 1930 i paviljongen Svea Rike. Dette var en visjon for Sverige som en moderne industrinasjon, og for en fremtidrettet livsstil presentert som et opplysningsprosjekt.<sup>349</sup> Her var statistikk og tørre, vitenskapelige beskrivelser kombinert med suggestive utstillingstekster som trakk opp

---

<sup>343</sup> Lyngø 2003, s. 73-74.

<sup>344</sup> Vi selv og våre hjem, maiutg. 1938. Aschehoug..

<sup>345</sup> Aftenposten desember 1933, se Lange 1974, s. 156.

<sup>346</sup> Eskeland 1939, s. 97. Forestillingen om at næringslivet hadde lite anerkjennelse hadde også kommet til uttrykk i Farmand under overskriften ”En undervurdert samfunnsgruppe”, se Farmand, nr. 32-1932, s. 815.

<sup>347</sup> Morgenposten 25.05.38

<sup>348</sup> Houltz 2003, s. 210.

<sup>349</sup> Alzén 2002, ss. 1-2.

visjoner for fremtiden: ”Och järnvägarna, som bit för bit elektrifieras!”<sup>350</sup> Koblingen mellom saklighet, politikk og fremskritt ble også foretatt i handelsnæringens paviljong på Vi kan-utstillingen. Morgenposten skrev om et verdenskart som viste at en norsk familie brukte varer fra hele verden ”for å kunne tilfredstille selv sine almindeligste daglige behov”.<sup>351</sup> Til denne illustrasjonen fulgte en tekst som betonte det fantastiske ved en åpen verden: ”Dine behov setter hele verden i bevegelse”. En annen illustrasjon om handel med kaffe viste ”hvordan husmorens lille bestilling forplanter sig gjennom ledd efter ledd i et apparat som omspinner hele kloden”.<sup>352</sup>



Montasje i paviljongen til handelsnæringen som viste hvordan forbrukernes handlinger skapte aktivitet over hele verden.  
Bilde: Byggekunst 1938

Handelens utvikling ble historisert gjennom en fremskrittfortelling. Ved innledningen til paviljongen var et sitat av Goethe: ”Jeg vet ingen der som den ekte handelsmann har eller trenger en vidt klartskuende ånd”. Aftenposten mente dette var en hyllest til kjøpmennene, ”som har været vår civilisasjons, vår materielle utvikling og vår kulturs pionerer”. Historiefremstillingen fikk også god mottakelse. ”Morsomme, fikse felter inne i hallen markerer epokene i denne utvikling her hjemme på bjerget.”<sup>353</sup> Fremskrittfortellinger som delte historien inn i klare epoker, gikk igjen som et pedagogisk grep i ulike former også i de andre paviljongene. Å bruke historie for skape relasjoner mellom tilskuerne og det som ble stilt ut var også kjent fra andre utstillinger.<sup>354</sup> Handelsnæringens paviljong laget en historie over handel som til forskjell fra maskinteknologi ikke var noe nytt eller truende fenomen, men likevel under endring og utfordret av proteksjonistiske ideer. Erling Steen mente som nevnt at

<sup>350</sup> Alzén 2002, s. 7.

<sup>351</sup> Morgenposten 25.05.38

<sup>352</sup> Eskeland 1939, s. 97.

<sup>353</sup> Aftenposten 28.05.38

<sup>354</sup> Houltz 2003, s. 287.

folk måtte ”få øinene op for handelens rolle i det moderne samfund.” Fremskrittsfortellingen stilte belærte folk om at handel var avhengig av verden for å være en drivkraft i samfunnet.

Bankvesenet var også med på utstillingen. Tillit fra publikum var avgjørende her som i andre relasjoner mellom produsent og forbruker, og bankene ville vise at de var samfunnsnyttige. Eskeland skrev at bankene ville ”utrydde det feilsyn at de bare samler penger fra almenheten for siden å sitte på dem. [...] Men pengene blir hverken puttet i hvelvet eller strødd ut for vindene – fra bankene går de igjen som en bred strøm ut til alle grener av næringslivet og derved tilbake til almenheten”.<sup>355</sup> Bankenes samfunnsbyggende betydning ble vist i en belærende illustrasjon. Publikum fikk se en rekke tannhjul med tekst og bilder som illustrerte pengenes kretsløp. Overskriften var ”Sparemidlene driver produksjonshjulet”.<sup>356</sup> Her var ”allmenheten” med på flere av tannhjulene underveis med rollene som arbeider, funksjonær, forbruker og innskyter. Næringslivet ble likevel det viktigste leddet for bankenes virksomhet. Når utgangspunktet var ”[d]e som setter penger i bankene”, og sluttpunktet om hvordan pengene gikk tilbake til næringslivet, fikk forbrukerne en underordnet rolle i bankenes selvforståelse. Det var også her en spenning i budskapet fra bankene som oppmuntret til både sparing og forbruk på samme tid.

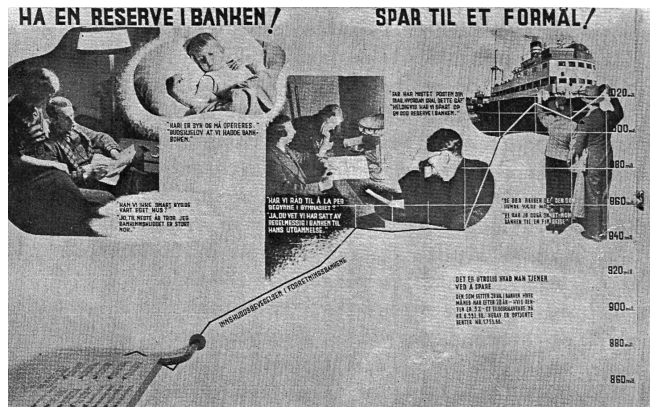
Tillit hos publikum var et middel for å skape nye adferdsmønstre hos forbrukerne. En annen illustrasjon hadde overskriften ”Ha en reserve i banken! Spar til et formål!”<sup>357</sup> I bilder, tekst og statistikk ble det vist at bankinnskudd var en fordel ved husbygging, skolepenger, utgifter til operasjoner på sykehus, ved arbeidsledighet og til ferier. Kurven viste en sterk økning i volumet på bankinnskuddene som indikerte hvordan andre allerede hadde tillit til bankenes forvaltning av pengene. I en tid der velstanden økte ville bankene si at de gav folk nye muligheter til å skaffe seg trygghet, utdanning og rekreasjon. De nye mulighetene til investeringer og forbruk var rettet mot familien og individet. Argumentasjonen om bankenes nytte for samfunnet var godt skjult i denne argumentasjonen, men spenningen mellom sparing og forbruk sto i delvis motsetning til ”kjøp norsk”-tanken.

---

<sup>355</sup> Eskeland 1939, ss. 97-100.

<sup>356</sup> Eskeland 1939, s. 137.

<sup>357</sup> Eskeland 1939, s. 100.



Bankene oppfordret til å spare til bolig og utdanning, men også til forbruk. Motivet til høyre med båten handler om feriereiser. Bilde: Eskeland 1939

Skipsfarten sto også i en spenning mellom ”kjøp norsk” og interessene i utenrikshandel. Internasjonal skipsfart opplevde sterk tilbakegang som en følge av krisen, mens norsk skipsfart derimot opplevde sterk vekst på 1930-tallet på bekostning av andre nasjoner.<sup>358</sup> I skipsfartens avdeling var det i hovedsak argumentasjon for betydningen av egen næring. Norsk skipsfart var like ”internasjonal i sine virkemidler som handel og bankvesen”, og ”den forsvarte sin plass på utstillingen med ære”, skrev Eskeland.<sup>359</sup> Magasinet *Farmand* hadde besøkt denne avdelingen og mente at hovedformålet var å vise hva ”landets og hovedstadens skibsfart er og betyr”.<sup>360</sup> Utstillingen viste ”bakgrunnen for vår fremskutte posisjon”, skrev Eskeland.<sup>361</sup> Den gode situasjonen for skipsfarten ble forklart med produksjon, teknologi, sosiale forhold og historie som til sammen hadde skapt fremskritt for næringen. Fremstillingen viste prosessene med skipsbygging og hvordan folk ble sjømenn. ”Utstillingen begynner med at *skibet skapes*. Man får se arbeidet med skibets bygning like fra tegnebordet på Akers Verksted til fartøiet ligger seilklart”.<sup>362</sup> Videre fikk tilskuerne ”et innblikk i det tekniske eventyr som et moderne fartøi representerer, gjennomskårne og bevegelige modeller av maskiner og motorer, radioanlegg og maskintelegraf.”<sup>363</sup> Statistikk viste at Norge hadde verdens største tonnasje etter innbyggertall, og samtidig en av de mest moderne flåtene. En annen avdeling hadde gitt ”[s]osiale tiltak for våre sjøfolk [...] en ganske bred plass”. Sjømannens sosiale bakgrunn og utviklingen av sjømannstanden frem til dagens

<sup>358</sup> Grytten og Hodne 1992, s. 141.

<sup>359</sup> Eskeland 1939, s. 100.

<sup>360</sup> *Farmand* nr. 25-1938, s. 670.

<sup>361</sup> Eskeland 1939, s. 100.

<sup>362</sup> *Farmand* nr. 25-1938, s. 670.

<sup>363</sup> Eskeland 1939, s. 101.

situasjon ble illustrert. Stående på en skipsbro kunne tilskuerne se to kartmodeller over dagens tilstand i skipsfarten. Disse viste ”bedre enn mange ord hvor vidt vår skipsfart favner”.<sup>364</sup>

– det ene viste den norske handelsflåtes kjølvann på alle hav og samtlige skibs posisjon på en og samme dag, tusenvis av hvite punkter spredt over blåmyra, - det andre viste hele Osloflåten for anker i sin egen havn, en uoverskuelig mengde skib side om side. Jo, de norske redere og sjøfolk kan!<sup>365</sup>

Dette ble skrevet av Eskeland og viser hvordan en beskrivelse av et saksfelt eller økonomisk sektor i samfunnet fremstilt som opplysning var ment å skape respekt. Utstillingen hadde her et selvforklarende budskap som sa noe om hvilken betydning redernes og sjøfolkernes næringsvei hadde for samfunnet. I et nasjonaløkonomisk perspektiv gav den sterke satsingen på skipsfart et stort økonomisk overskudd, men utstillingen fortalte ikke at dette gav tilsvarende liten økning i sysselsettingen.<sup>366</sup> Å vise omfanget av virksomheten skulle derimot imponere og være bevis for deres dyktighet og betydning. Redere og sjøfolk var fremstilt i fellesskap, men det var Rederiforbundet som hadde fått utstillingen i stand.<sup>367</sup> De lysende kartene som viste den verdensomspennende virksomheten, fotomontasjer, modeller og demonstrasjoner av moderne skipsteknologi ble kombinert for å skape en attraksjon som fremstilte skipsfart som eventyrlig, romantisk og fascinerende.<sup>368</sup> Alt for å opplyse, og slik skape opinion for en næringsvei.

Det karakteristiske ved disse fremstillingene av handel, bankvirksomhet og skipsfart var spenningen mellom nasjonale interesser i ”kjøp norsk” og interessene i den enkelte sektor. Disse næringene hadde ikke norske varer å vise frem, og måtte fremstille seg selv i delvis opposisjon til hovedbudskapet om forbruk som var ”uløselig knyttet til det norske arbeidet”. De var i sin tid blitt invitert til å delta for å styrke utstillingens attraktivitet som en ”altomfattende Oslo-utstilling”, og gjorde trolig utstillingen mer variert og underholdende. I Temporærhallen var det derfor også en hvalfangsutstilling som var en populær attraksjon, men ikke var knyttet retorisk til ”kjøp norsk”.<sup>369</sup> Selvfremstilling fra ulike næringsgrener var opplysning blandet med underholdning. Forbindelsen til ”kjøp norsk” var her på et pedagogisk plan. Tilskuerne skulle bli oppmerksom på både muligheter, konsekvenser og

<sup>364</sup> Farmand nr. 25-1938, s. 670.

<sup>365</sup> Eskeland 1939, s. 100.

<sup>366</sup> Grytten og Hodne 1992, s. 143. Handels- og sjøfartstidende skrev om utstillingen 11.05.38 og kommenterte entusiastisk: ”Av den samlede norske tonnasje (1.januar 1938) på 4.8 mill. tonn er 1.6 mill. Oslo-tonnasje. Det er vekst!” Slike kommentarer dekket over at veksten i tonnasje og overskudd for rederiene gav lite ny sysselsetting.

<sup>367</sup> Farmand nr. 25-1938, s. 670. Komiteen for avdelingen for skipsfart hadde bestått av skipsreder O. Ditlev-Simonsen, skipsreder Rudolf Olsen og skipsreder Erling H. Samuelsen. I tillegg hadde major Hans Michael Arentz som var ansatt i Norges Rederiforbund, bidratt med sin ”store innsikt og erfaring på området”, se Farmand nr. 25-1938, s. 670.

<sup>368</sup> Eskeland 1939, s. 101.

<sup>369</sup> Vi kan-bladet nr. 10, s. 1 og s. 10, og Vi kan-bladet nr. 13, s. 4.



ansvar som de hadde som forbrukere i omtrent enhver aktivitet i deres privatøkonomi. For å legitimere de ”nødvendige” og kjente aktivitetene som handel, bank og fritid ble det appellert til fornuft, men på en underholdende måte. Der utstillingen satte publikum i kontakt med varer og produksjon, ble ”kjøp norsk” iscenesatt med underholdning som viktigste virkemiddel.

### ”Kjøp norsk” som underholdning

Utstillingen inneholdt et enormt varespekter. Der utstillingen ikke belærte om økonomiske og sosiale konsekvenser av forbruket som en egen prosess, ble utstillingsobjektene desto viktigere som argumenter for ”kjøp norsk”. Mange av produktene var allerede tilgjengelig i butikkene, enkelte ting var nyheter. Fremstillingene måtte tiltrekke seg oppmerksomhet og underholde for å nå igjennom med budskapet. Varene skapte interesse. Som en avis skrev: ”De private paviljonger er de ikke minst interessante avdelinger på ”Vi Kan”.”<sup>370</sup> Utstillingen kunne vise mange varer i en samlet oversikt slik ingen enkelt butikk hadde mulighet til å gjøre. Forbrukerne kunne bli klar over nye varer, og dermed også nye behov. Oversikten ga mulighet til å sammenlikne varer og skulle vise at norske varer holdt høy kvalitet. Mange av paviljongene valgte nettopp denne utstillingsformen for å overbevise forbrukerne om fordelene med norske varer. Eskeland skrev i beretningen om alle vareslagene for å vise hvordan produsenter og forbrukere her hadde felles interesser.

Overalt var der noe å se for den som hadde øinene med sig, og summen av inntrykkene var en befriende glede over hvor langt *norsk* arbeide er kommet, hvor lett det allikevel er å følge slagordet ”støtt norsk industri”, fordi det står så høyt at det ikke er et offer, men tvert i mot en vinning å bruke dens produkter.<sup>371</sup>

Even Lange har sett dette som et karakteristisk trekk ved argumentasjonen for ”kjøp norsk”. ”Det lyktes altså i stor grad å gi agitasjonen en form som skapte det inntrykk at omleggingen i retning av norske varer var til fordel for alle og ikke skadet noen. Den var ikke bare nødvendig, men også på alle måter gunstig.”<sup>372</sup>

Felles interesser mellom produsenter og forbrukere forandret relasjonen mellom disse to gruppene. På Vi kan-utstillingen ble disse endringene gjenspeilt og formet av tingene og utstillingsteknikkene som ble tatt i bruk for å spre budskapet om ”kjøp norsk”. De samtidige amerikanske utstillingene viste disse endringene tydelig. Den amerikanske kunsthistorikeren Jeffrey L. Meikle viser at verdensutstillingene på 1800-tallet hadde vist ting, maskiner og

---

<sup>370</sup> Morgenposten 14.05.38

<sup>371</sup> Eskeland 1939, s. 94.

<sup>372</sup> Lange 1974, s. 156.

kulturelle artefakter, mens New York-utstillingen i 1939 satte forbrukerne i sentrum.<sup>373</sup> Før hadde utstillingene vært konkurranser mellom nasjoner, nå ble det konkurranse om forbrukerne. Disse endringene ble omsatt i konkrete installasjoner der produsenten ville etterlate et inntrykk hos forbrukerne om produsentens virksomhet.<sup>374</sup>

For å skape interesse for produsentene og forbruksvarene ble produksjonsprosessen et viktig tema på Vi kan-utstillingen.<sup>375</sup> Modeller av arbeidende maskiner viste produksjonen i fabrikker slik at publikum kunne følge produktet fra råvare til ferdigvare. Dette var en ny kobling mellom maskiner, produkter og budskapet om ”kjøp norsk”, og en annerledes måte å lage opplysning og underholdning. ”Den gamle utstillingsteknikk er forlatt” uttalte Platou, og viste at nå skulle arrangementet være ”mer levende, skiftende og elastisk”. Trolig hadde han fått inspirasjonen til dette fra Chicago-utstillingen i 1933 som han hadde besøkt og holdt foredrag om i OHIF.<sup>376</sup> Rydell skriver om Chicago-utstillingen og dens nyskapende teknikk: “Wherever possible, exhibits at the Century of Progress tried to demonstrate the process of making something rather than the finished product. Such a focus, it was reasoned, would create more dynamic exhibits and would be more interesting to visitors.”<sup>377</sup> Produksjon på samlebånd var i 1933 en attraksjon i Chicago.<sup>378</sup> På samme vis var New York-utstillingen preget av bevegelse og drama, slik at installasjonene fikk mer oppmerksomhet enn maskinene, teknologien og prosessene som de representerte.<sup>379</sup>

Arbeidende maskiner som viste teknikkens fantastiske krefter var egentlig en gammel attraksjon på utstillinger. Både verdensutstillingene på 1800-tallet og jubileumsutstillingen på Frogner i 1914 brukte dette. Brita Brenna viser at maskinene skulle lære publikum om ”hvor tingenes skjulte verdier kom fra, ved å henvise til arbeid og produksjon”.<sup>380</sup> Vi kan-utstillingen fornyet seg ved å gjøre visualiseringer av produksjonsprosessene til hovedinnslag. Den enkelte maskin ble underordnet produksjonsprosessen i fabrikken, og produktet kom i fokus. I noen tilfeller ble opplysende fremstillinger om fordeler med produktene også en del av disse presentasjonene. Til dette ble det brukt både grafiske oversikter, maskiner og modeller i bevegelse. Skipsfartens avdeling med produksjon av skip er allerede nevnt.

---

<sup>373</sup> Meikle 1979, s. 198. Christene Myrvang betegner dette som at konsumenten vant over tingen, se Myrvang 2004, s. 240.

<sup>374</sup> Meikle 1979, s. 199.

<sup>375</sup> Dette utstillingsteknikken var også brukt i avdelingen for skipsfart hvor det ble vist at ”Skibet skapes”.

<sup>376</sup> Aftenposten 07.12.33 hadde en reportasje fra møtet med overskriften ”Fra Michigansjøen til Frognerkilen”.

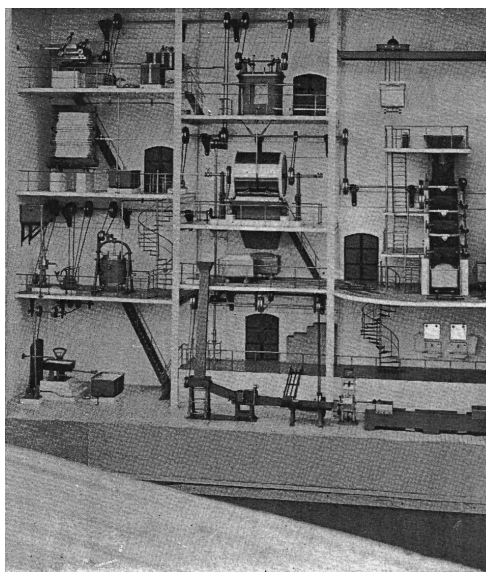
<sup>377</sup> Rydell 2000, s. 83.

<sup>378</sup> Rydell 2000, s. 84.

<sup>379</sup> Meikle 1979, s. 199. Bevegelsen og dramatikken hadde som regel ikke hadde noen praktisk betydning for produktet som ble presentert, men skapte om produktet til en attraksjon.

<sup>380</sup> Brenna 1994, s. 107.

Morgenposten skrev at oslobryggeriene, Margarincentralen, Christiania Glasmagasinet, Nora fabrikker, Norske Melkeprodusenters Landsforbund, oslomeieriene og Lilleborg, alle viste produksjon gjennom oversikter, modeller eller i full skala.<sup>381</sup> Nyegaard & Co, som på reklameinstallasjonen ble kalt Nyco, hadde en paviljong med ”farmasøitiske spesialpreparater”. Eskeland skrev senere om hvordan ”en automatmaskin fabrikerer endeløse regimente av ”Globoid” i denne paviljongen.<sup>382</sup>



En arbeidende modell av en margarinfabrikk for å vise produksjonsprosessen. Bilde: Eskeland 1939.

Disse fremstillingene hadde god virkning på tilskuerne. Det å se noe bevege seg var populært, og modellene av fabrikkproduksjon med roterende hjul, samlebånd med små melkespann, margarinpakker som ble pakket og figurer som holdt produktene, fikk folk til å strømme til for å se. Disse fremstillingene hadde et motstykke i animerte modeller på New York-utstillingen. Meikle mener at publikum som regel var for slitne til å gripe informasjonen de fikk, men fascineringen for maskinteknikken gjorde at budskapet festet seg. ”Each display functioned as an advertisement intended to leave vague impressions of a corporation’s enterprise and public beneficence.”<sup>383</sup> Med samme utstillingsteknikk kunne en liknende effekt bli skapt i Oslo.

---

<sup>381</sup> Morgenposten 14.05.38

<sup>382</sup> Eskeland 1939, s. 78. Produksjonen av Globoid er også skildret som en attraksjon i romanen *Oslo i skumring* av Olav Angell, Gyldendal norsk forlag, 1991. Vi kan-utstillingen er også nevnt i romanen *Svik. Førkrigsår* av Dag Solstad, Forlaget Oktober A/S, 1977.

<sup>383</sup> Meikle 1979, s. 199. ”Ford Cycle of Production” var et høydepunkt med en sirkelformet modell av konsentriske trinn som steg til en høyde av ti meter med hele 87 mekaniske dukker som ”arbeidet” med produksjonen av biler. Her kunne tilskuerne lære om produksjonsprosessen og at Ford gav arbeid til mange med sin produksjon. Modellen minnet om en bryllupskake, og hele inntreningen på 152 tonn roterte.

Et annet virkemiddel for å skape relasjoner mellom produsent og forbruker var å involvere forbrukerne i produktet med demonstrasjoner. Dette ble gjort i både Oslo og New York. Rydell viser hvordan den amerikanske telefonprodusenten Bell på New York-utstillingen var opptatt av å forbedre ”public relations”.<sup>384</sup> Folk kunne ringe gratis over lange avstander og samtalene ble kringkastet på høyttalere. Målet var ”to make the public ”telephone conscious””.<sup>385</sup> På Vi kan-utstillingen ble kjente produkter med økende utbredelse som hvitevarer, telefon og sykler gjort attraktive gjennom demonstrasjoner. Industrien hadde en egen demonstrasjonsavdeling for ”opvaskmaskiner, kjøleskap og lignende”.<sup>386</sup> Det var en egen avdeling ”for elektrisitet og radio med den automatiske telefonsentral, hvor man selv kunde se hvordan samtalen kom i stand”.<sup>387</sup> Det var også mulig å ringe ”Gratis riks” til Nord-Norge på bestemte dager siden Telegrafverket hadde ”satt i gang et morsomt tiltak for å gjøre propaganda for rikstelefonen”.<sup>388</sup> Sportsbutikken A. Gresvig hadde en egen paviljong med sportsutstyr. På en scene var det montert to sykler for ”kappkjøring på rullende gulv”.<sup>389</sup> Publikum kunne delta i konkurransen eller bare være tilskuere.<sup>390</sup> Allerede første dag var dette innslaget svært populært.<sup>391</sup> Visualiseringene av produksjon var underholdende, og vekket både interesse og positive assosiasjoner til produktet. Folk ble oppmerksomme på nye vareslag, men også bestemte merkevarer.

De standardiserte forbruksvarere på utstillingen hadde gjerne merkevarelogoer. Christine Myrvang tolker disse som ”sterke, visuelle symboler for det forbrukersamfunnet som skulle komme”.<sup>392</sup> Produsenter og forhandlere av både forbruksvarer, men også av byggematerialer viste seg frem langs sjøsiden på utstillingen i paviljonger med varer eller bare med installasjoner.<sup>393</sup> Ting i bevegelse ble også her brukt av flere til å fange oppmerksomheten om produktene. Freia sjokoladefabrikk og Kielland drops hadde begge roterende reklamesøyler med store logoer på toppen. I en paviljong viste også Freia sjokolade, konfekt, drops og husholdningsartikler. Ello tekniske Fabrikk viste sine kosmetiske artikler. Tobakksindustrien hadde en felles utstilling med varer fra M. Glott, Carl F. Johannssen, Conrad Langaard, P.A. Larsen, Norsk Engelsk Tobakksfabrikk, H. Petterøe og J. L

---

<sup>384</sup> Rydell 1993, s. 126.

<sup>385</sup> Rydell 1993, s. 127.

<sup>386</sup> Eskeland 1939, s. 70.

<sup>387</sup> Eskeland 1939, ss. 91-94.

<sup>388</sup> Vi kan-bladet nr. 4, s. 12.

<sup>389</sup> Morgenposten 14.05.38

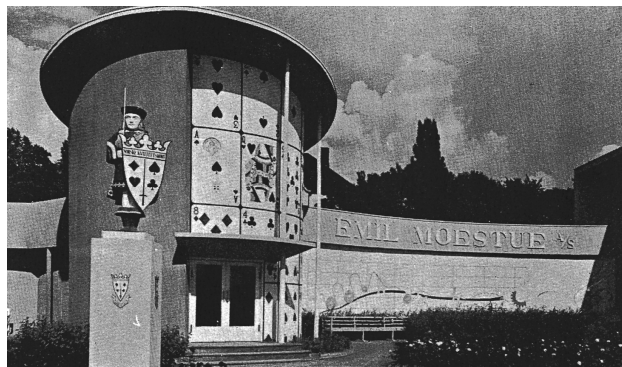
<sup>390</sup> Eskeland 1939, s. 78.

<sup>391</sup> Morgenposten 13.05.38

<sup>392</sup> Myrvang 2004, s. 237.

<sup>393</sup> Morgenposten 14.05.38

Tiedemanns Tobakksfabrikk.<sup>394</sup> Flere av paviljongene var scenografiske der utformingen gav assosiasjoner til produktene. Emil Moestue hadde et sylinderformet hus dekorert med spillkort hvor de viste papirprodukter og ukeblader som de trykket. ”Dette er en av de mange morsomme privatpaviljonger på utstillingen. Kortspillere vil straks av kortfigurene se hvilket firma som reklamerer på denne måten.”<sup>395</sup> Nordiske destillasjonsverker hadde en paviljong formet som en kjempepalett.<sup>396</sup> Sønnichsen & Co viste elektrisk materiell og en modell av en montør i arbeid, Eduard Fett & Co hadde bygget et hus der takplanker dannet en lett gjenkjennelig form som en X, og Glassvatt hadde en skinnende hvit bygning.



Paviljongen til firmaet Emil Moestue A/S dekorert med spillkort for å gi assosiasjoner til produktene fra bedriften.  
Bilde: Eskeland 1939

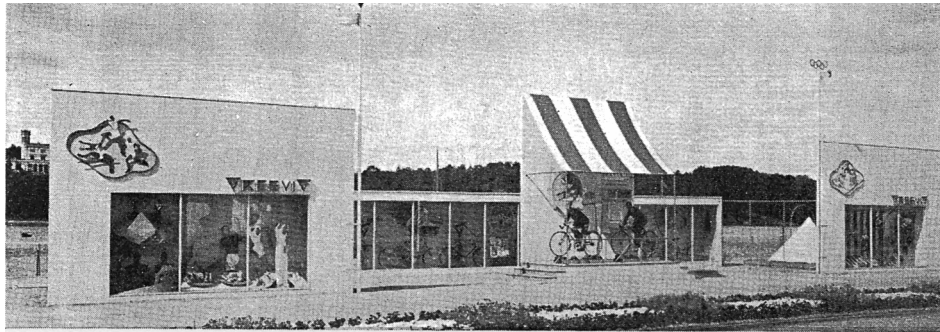
I noen tilfeller kunne logoer og modeller av produkter være i gigantisk målestokk. Sætre kjeksfabrikk var representert med en gigantisk kjeksboks. Produktet som det var mulig å kjøpe i butikken ble her presentert på en underholdende måte. Kjeksboksen balanserte tilsynelatende på en stave i det ene hjørnet, og kunne gi inntrykk av å være i bevegelse gjennom luften. Som spir på toppet tronet hanen som merkevarelogo. Emil Moestues paviljong var som nevnt dekorert med gigantiske spillkort.<sup>397</sup> Paletten fra Nordiske destillasjonsverker var også gigantisk. Oslo-bryggeriene hadde i sin utstilling et gigantisk ølglass som tok 3000 liter og ble fylt opp hver dag. Det spektakulære skulle være imponerende og samtidig bruke informasjon om varer som underholdning, alt for å øke omsetningen. Denne typen gigantomani var et kjent fenomen også fra andre utstillinger både fra 18- og 1900-tallet. I et tilfelle på Vi kan-utstillingen ble det gigantiske satt i bevegelse med

<sup>394</sup> Morgenposten 14.05.38 Tobakk ble også iscenesatt for å øke omsetningen. Tobakksindustriens åpne stand var stedet ”hvor nikotinens edle egenskaper levendegjøres i fotomontasje og skulptur”, se Eskeland 1939, s. 75.

<sup>395</sup> Morgenposten 29.04.38

<sup>396</sup> Eskeland 1939, s. 79.

<sup>397</sup> Eskeland 1939, s. 36.



Tre private paviljonger. Øverst Sporstbutikken Gresvig. Under markisen kunne tilskuerne sykle på rullende gulv. Midten: Reklamesøyle fra Freia med marabou på toppen. Nederst: Oslo-bryggerienes utstilling med gigantisk ølglass til høyre som tok 3000 liter. Innvendig var det en arbeide modell av bryggeri og visning av film hver hele time. Bilde: Eskeland 1939.

et spektakulært show. Nora Parelius hadde en installasjon med en gigantisk Soloflaske som aldri ble tom, og som fylte opp et glass som heller aldri ble fullt. De gigantiske logoene og merkevarene som ble iscenesatt med og uten maskiner pekte fremover mot forbrukersamfunnet.



Den gigantiske Solo-flasken  
fra Nora Parelius. Bilde: Eskeland 1939

Tillit og gjenkjennelse av produktet skapt gjennom virkemidler som forstørrelse, bevegelse, lys og lyd var fremtidens måte å skape kontakt mellom produsent og forbruker gjennom produktet. Folk samlet seg om Soloflasken og Eskeland beskrev stemningen: ”– det perler så friskt at en kan bli tørst av bare å se på”.<sup>398</sup> Rydell forklarer denne sammenhengen med et eksempel fra Chicago-utstillingen i 1933. General Foods Corporation lot gigantiske pakker med Corn Flakes passere langs et transportbånd med lys- og lydshow, og skapte reklame for en ny livsstil:

Product subordinated to process, quality to packaging, information to entertainment – the General Foods show perfectly captured the machine-age component of the modernizing strategy that unfolded at the Century of Progress Expositions and was evolving into a prescription for an American way of life.<sup>399</sup>

Vi kan-utstillingen skulle i likhet med sine amerikanske motstykker skape en moderne måte å forholde seg til varene på, der prosessen, innpakningen og underholdningen skapte relasjoner mellom produsent, produkt og forbrukerne. Maskinteknologien ble en estetisk ramme i demonstrasjonene for dette formålet. Produsentene brukte utstillingene til å konstruere en forbrukerpraksis, og etter hvert et forbrukersamfunn.<sup>400</sup> Den underholdende reklamen spilte på hedonismen knyttet til nye og billige varer. Men hygiene var et annet viktig argument i reklamen mange steder på Vi kan-utstillingen. Forbruket fikk en ideologisk overbygning der vitenskap og organisasjoner var med å definere forbrukerkulturen sammen med produsentene.

---

<sup>398</sup> Eskeland 1939, s. 75.

<sup>399</sup> Rydell 1993, s. 125. Platou hadde som nevnt besøkt Chicago-utstillingen og kan ha sett denne installasjonen.

<sup>400</sup> Rydell 1993, s. 125.

## ”Kjøp norsk” som tiltak for hygiene

Det var flere typer varer som kunne iscenesettes som midler til bedre hygiene. Næringsmidler for et vitenskapelig og nytt kosthold, nye kjøkken og bad, enklere møbler for bedre boligforhold, og bedre vaskemidler var alle uttrykk for mellomkrigstidens forståelse av hygiene. Den svenske idéhistorikeren Karin Johannisson har skrevet om sosialhygiene i Sverige på 1930-tallet som en ny måte å tenke om helse. Det sentrale ideen var å se sykdom som en prosess i samfunnet selv, og som kunne forebygges gjennom opplysningsarbeid. Sosialhygienens bygget på ideen om å skape adferdsendringer for ikke bare å skape et friskt menneske, men også et nytt og disiplinert menneske som lot sin ufornuftige kropp underordne seg samfunnet.<sup>401</sup> Den norske etnologen Inger Johanne Lyngø har knyttet Johannissons teorier til kostholdspropaganda i Norge på 1930-tallet.<sup>402</sup>

Vi kan-utstillingen iscenesatte den nye hygieneforståelsen i propaganda for melk. Norske Melkeprodusenters landsforening hadde en stor paviljong og en egen melkebar. På 1930-tallet ble melk betraktet som et ideelt næringsmiddel. Vitaminforsker Ottar Rygh sa det slik: ”Blant næringsmidler inntar melken en særstilling fordi den allerede fra naturens hånd er bestemt til næring og er utstyrt med alle de stoffer som trenges for at ernæringen skal være fullkommen.”<sup>403</sup> Melken inngikk i en ny måte å tenke ernæring. På 1800-tallet ble kroppen betraktet som en maskin, og avhengig av arbeidsbelastning for den enkelte ble mengden av kalorier det vanlige målet for kostholdet. Oppdagelsen av vitaminer som næringsstoffer la grunnlaget for en ny tenkemåte der *riktig* kosthold ble det sentrale. Lyngø betegner dette som en vending fra ”kvantitet til kvalitet”, og viser at propagandaen samtidig skulle presentere dette på en intuitiv og lett forståelig måte.<sup>404</sup> På 1930-tallet ble disse ideene spredd gjennom propaganda for et bedre kosthold. I siste instans skulle et forbedret kosthold bidra til å viske ut klassesamfunnet. Skillet mellom riktig og galt i kostholdet ”var kategorier som skulle gjelde for alle hinsides klasse og geografisk tilhørighet.”<sup>405</sup>

På utsiden av paviljongen for melkeprodusentene kunne publikum lese ”Et riktig kosthold” og ”Et sundere folk”.<sup>406</sup> Dette var et budskap om *riktig* kosthold for *hele* folket. Ved siden av tekstene var det flere store bilder, og et av dem viste en mann som drakk melk fra en melkeflaske. Lyngø har undersøkt spesielt melkeflasken som symbol i

---

<sup>401</sup> Johannisson 2000, s. 42-43.

<sup>402</sup> Lyngø 2003, ss. 90-91.

<sup>403</sup> Kosthold og helse. Oslo: Eck-Jansen & Nilsen. 1935, s. 4, i Lyngø 2003, s. 159.

<sup>404</sup> Lyngø 2003, s. 66.

<sup>405</sup> Lyngø 2003, s. 149.

<sup>406</sup> Eskeland 1939, s. 14.



melkepropagandaen. Melkeflasken ble brukt av barn etter hvert som skolemåltid med kald melk ble innført flere steder i landet.<sup>407</sup> Samtidige annonser for ernæring “forklarte hva slags mat det nye kostholdet besto av; av melk og brød, men fremfor alt av melk!”<sup>408</sup> Bildet av mannen med melkeflasken kunne på samme måte som i annonsene ellers få publikum til å få ”øye på melk, og ikke bare som melk, men som ren, nysilt og hvit”.<sup>409</sup> Bildet av en voksen mann skulle trolig vise at melk ikke bare var for barn, men også for voksne.

Melkebaren var stedet hvor både barn og voksne kunne smake på melk.<sup>410</sup> Melkebaren var både avholdskafé, generell reklame og kanskje et tiltak for at melk skulle erstatte kaffe som drikk slik som i Sverige. Å drikke melk for bedre ernæring ble knyttet sammen med nasjonaløkonomi i paviljongens opplysningsdel. Melkepropagandaen var også drevet av jordbrukets avsetningsproblemer for melk. ”Vi får lære melkens betydning såvel for vår jordbruk rent økonomisk som for publikum ernæringsmessig sett.”<sup>411</sup> Her møttes ”kjøp norsk”-tanken og hygieneideologien i en felles forståelse for at økt omsetning ville gi bedre hygiene.<sup>412</sup> Hygiene og ”kjøp norsk” var derfor to av elementene som det nye forbruksmønsteret ble bygget på. I likhet med andre presentasjoner av produkter kunne forbrukerne veksle mellom opplysning, underholdning og deltakelse.

Spørsmålet om ernæring kunne også anta humoristiske former, men argumentet for å kjøpe varen beholdt referansene til vitenskap.<sup>413</sup> Oslo-bryggeriens paviljong ble omtalt i Vi kan- bladet under overskriften ”Vitenskapelig kosthold”. Her kunne publikum sammenlikne kaloriverdien i ulike næringsstoffer. ”Det viser sig at en velvoksen biff på 325 gram eller 700 gram epler eller 950 gram gulerøtter eller 450 gram poteter eller 6 almindelige egg har en kaloriverdi som tilsvarende en liter pils.”<sup>414</sup> Interiørbladet ”Vi selv og våre hjem” besøkte også utstillingen og nevner i sin stemningsrapport: ”Og midt oppe i det hele den iherdige pølseguttens skarpe guttestemme: ”Så var-r det pølser-r-r-da-Di! Tandbergs pølser-r-r! D’er vitaminer i hver centimeter-r-r!”<sup>415</sup> Øl og pølser ble også til vitenskapelig kosthold på Vi kan-utstillingen!

---

<sup>407</sup> Lyngø 2003, s. 157-158.

<sup>408</sup> Lyngø 2003, s. 167.

<sup>409</sup> Lyngø 2003, s. 167.

<sup>410</sup> Stockholmsutstillingen 1930 hadde også en melkebar, og i Sverige fantes det melkebarer som var rettet inn mot jenter og kvinner, og forsøkte å være et alternativ til konditoriene, se Rudberg 1999, ss. 157-158.

<sup>411</sup> Morgenposten 14.05.38

<sup>412</sup> En slik kobling mellom næringsliv og ernæring var også gjort på ”Planmessen. Den nasjonale kostholdsmesse” som var i Oslo og andre norske byer i 1936, se Lyngø 2003, s. 74.

<sup>413</sup> Næringsmidler ble også fremstilt på enklere måter med paviljonger med mengder av varer som ost og kjøtt, se Eskeland 1939, s. 105 og s. 129.

<sup>414</sup> Vi kan-bladet nr. 2, s. 15.

<sup>415</sup> Vi selv og våre hjem, juliutg. 1938, s. 15. Aschehoug.

## Mellom husmødre og mannequiner

Det var flere deler på utstillingen som var rettet spesielt inn mot kvinner som forbrukere. Produkter rettet mot livet i hjemmene og kvinner som husmødre var et viktig felt for hygiene. Morgenbladet hadde "[e]n orientering om det som særlig interesser kvinnene", mens Aftenposten laget reportasjen "Husmødre og Vi Kan-utstillingen". Alt fra demonstrasjoner av nye vaskemidler til mannequin-oppvisninger appellerte til både rasjonalitet og hedonisme som på 1930-tallet var to aspekter ved det nye forbruksmønsteret.<sup>416</sup> Samtidig ble husmorrollen utformet som et nytt kvinneideal.<sup>417</sup> Husmoren skulle være en rasjonell organisator av husarbeidet, opplyst med vitenskapelig kunnskap om ernæring, husholdningsapparater og innredning, – alt for å skape et bedre liv i hjemmet.<sup>418</sup> Kvinner ble i økende grad forbrukere med ansvar for hele familiens forbruk, og i siste instans for hele samfunnets produksjon.<sup>419</sup> Omtalen av varene på utstillingen som var rettet mot kvinner handlet om "kjøp norsk", men mest om opplysning.<sup>420</sup> Så lenge de nye forbruksvarene ble for dyre for mange, var husmorens egen evne til rasjonalisering viktigere enn å ta i bruk nye produkter. Utstillingen formidlet både det emosjonelle og det rasjonelle for å opplyse husmødrene.

Det emosjonelle ble forbundet med kjente produkter som moteklær, tekstiler, damesko og dameundertøy som ble rimeligere og mer tilgjengelig. Utstillingene var selvforklarende ved ganske enkelt å vise frem nye varer på en attraktiv måte. Kvinnene skulle bli bevisst på hva som nå ble produsert, og avisene gav anerkjennende omtale med ord som "vakre", "med høy standard" og "moderne". Ulike produsenters interiørvarer som tepper og møbler i kombinasjon skapte en sterkere virkning enn produktene hver for seg. Luksusvarer som gullsmedarbeider med sølvtøy, smykker og emalje fikk også anerkjennelse for nye former med en "velsignet forenkling, fri for kruseduller".<sup>421</sup>

Omtalen av møbler forente det emosjonelle og det rasjonelle. Hovedfokuset var mot kvaliteter som "det smakfulle", "utsøkt vakkert og gjennomført raffinert" og "uhyre vennlig og tiltalende".<sup>422</sup> Et forenklet formspråk og nye materialer i funkis og funksjonalisme ble fremhevet som et fremskritt for både estetikk og et enklere renhold. "Istedenfor å la treverket,

---

<sup>416</sup> Aléx 1994, s. 201.

<sup>417</sup> Bowden & Offer 1996, Frost 1993, Nolan 1990.

<sup>418</sup> Frost 1993, s. 121.

<sup>419</sup> Aléx 1994, s. 212.

<sup>420</sup> Aftenposten 25.05.38, Morgenbladet 19.05.38, Vi selv og våre hjem, juliutg. 1938, ss. 14-16. Aschehoug.

<sup>421</sup> Morgenbladet 19.05.38

<sup>422</sup> Vi selv og våre hjem, juliutg. 1938, ss. 15, Aschehoug, Morgenbladet 19.05.38.

som var bonet ibenholt, gå helt ned til gulvet, hvor skurekluter o.l. før eller siden vilde satt sitt preg på det, hadde man utført understellet av det nye eloxerte aluminium fra Høyang.”<sup>423</sup>



Funkis. Disse møblene hadde med en moderat moderne form, og i dette tilfellet et eksklusivt preg. Bilde: Eskeland 1939

Det rasjonelle kom sterkest til uttrykk i moderne kjøkken som var utstilt flere steder. ”Hvad våre kjøkkener angår er det heldigvis gått opp for både arkitekter og husmødre at dette vårt daglig mest benyttede arbeidssted bør være rasjonelt og lettvinnt”, skrev Morgenbladet.<sup>424</sup> Det rasjonelle og moderne kjøkkenet var den mest sentrale konstallasjonen av produkter, ideologier og praksiser som utstillingen ville bruke til å forme husmorrollen. Det ble vist som et hybelkjøkken og et familiekjøkken fra Norges husmorforbund, et kjøkken i en privat paviljong og et kjøkken i leiligheten til OBOS. Et vitenskapelig planlagt kjøkken for hygienisk og rasjonell matlaging ble betegnet som et laboratorium.<sup>425</sup> Her skulle familien verken spise eller oppholde seg unødige, og rommet skulle være mest mulig lukket mot resten av boligen, men mye lys og luft skulle slippes inn. Møbleringen på et lite areal skulle redusere antall bevegelser i hver arbeidsoperasjon slik at husmoren arbeidet rasjonelt. I praksis betydde dette en funksjonsdeling av kjøkkenet der tekniske løsninger som hyllesystemer, oppvaskbenk, ulike typer kjøkkenredskaper, og elektriske husholdningsmaskiner var tilpasset bestemte typer bruk. Pyntegjenstander og andre ikke-funksjonelle ting som samlet støv var forbudt.<sup>426</sup> På utstillingen var det slike kjøkken Aftenposten refererte til ved å skrive ”disse små, elegante laboratorier som nu benevnes kjøkkener.”<sup>427</sup>

Både planløsning og utstyr på det rasjonelle kjøkkenet interesserte avisene. Morgenbladet synes det var utstilt ”flere slike gode kjøkkener, og fremhevet særlig et fra

---

<sup>423</sup> Morgenbladet 19.05.38

<sup>424</sup> Morgenbladet 19.05.38

<sup>425</sup> Jørgensen 2001, avsnitt. 2.4, lastet fra internett 15.02.07:

<http://www.hf.ntnu.no/itk/ikon/tekster/tidenskrav/krav02.php#kap24>

<sup>426</sup> Nolan 1990, ss. 562-563.

<sup>427</sup> Aftenposten 25.05.38

Norges husmorforbund.<sup>428</sup> Aftenposten var begeistret for de praktiske detaljene i dette kjøkkenet.

Strykebrettet f. eks. som var til å slå op og gjemme inne i et lang [sic] skap, hvor det var en pære som lyste akkurat på brettet, når man skulde stryke, de nydelige gule voksduggardinene var foruten å være meget praktiske også pene, lett å tørke flekker bort med våt klut.<sup>429</sup>

Publikum fikk også se elektriske husholdningsmaskiner som elektrisk komfyr, kjøleskap og strykejern.<sup>430</sup> På et kjøkken var det en norsk oppvaskmaskin som ”var liten og lett vint og vasket op på  $\frac{3}{4}$  [sic] minutt, så nu skal ingen komme op klage over at opvasken tar tid.”<sup>431</sup> De elektriske apparatene var rasjonelle siden de var hygieniske og tidsbesparende. Det mønsteret som ble vist på utstillingen var typisk for nye leiligheter med små kjøkken og elektrisk komfyr. Nye og rimelige redskaper som aluminiumskjeler fra Høyang og halvfabrikata av mat som gjorde matlaging enklere ble også utbredt.<sup>432</sup> Det var slike sammenhenger mellom produkter og praksiser for husmødrene som utstillingen var med å utbre ved å opplyse folk om nye kjøkken som arbeidssted for kvinner, og ved å lage demonstrasjoner av produktene som skulle brukes der.

Iscenesettelsen av husmorrollen skjedde med hjelp fra ”eksperter”, gjerne personer som arbeidet for produsentene eller selv var husmødre. Ekspertisen var en sosial relasjon slik den svenske sosiologen Boel Berner viser i sin analyse av husmorfilmene i Sverige.<sup>433</sup> Berner viser til profesjonelle vitenskapsfolk, men utstillingen handlet i likhet med filmene om møtet mellom eksperter og lekmenn, mellom teknikk og brukere. Ting og organisasjoner var bærere av en anonym form for ekspertise.<sup>434</sup> Forbrukerne kunne sette rådene til side uten store konsekvenser. Ekspertene måtte derfor overtale, involvere og engasjere forbrukerne i

---

<sup>428</sup> Morgenbladet 19.05.38. Aftenposten var derimot svært misfornøyd med at dette kjøkkenet ikke hadde plass til en oppvaskkum, og at dette i stedet var i et eget rom. Denne løsningen fremstår svært atypisk slik som avisen også kommenterer ”hvor i all verden forekommer det?”, se Aftenposten 25.05.38. Årsaken til denne detaljen er ikke kjent, men det aktuelle standardkjøkkenet hadde plass til et spisebord som var et innslag de mest puristiske kjøkkenideologene ellers hadde rasjonalisert bort. Denne prioriteringen kan derfor indikere at den mest radikale tenkningen omkring kjøkkenet ikke hadde fullt gjennomslag blant boligideologiene i Norge. Oppmerksomheten mot slike detaljer viser uansett den sterke troen på verdien av et rasjonelt planlagt kjøkken.

<sup>429</sup> Aftenposten 25.05.38

<sup>430</sup> Eskeland 1939, s. 109.

<sup>431</sup> Aftenposten 25.05.38. Kjøkkenet med oppvaskmaskinen imponerte avisen mest. ”Der var meget virkelig nytt [...] En skyllebøtte var innfelt i benken og når man åpnet døren gikk lokket op av seg selv. Der var også en stilbar ventil. En slik klaffeventil burde påbys på ethvert kjøkken, så slapp man os og damp.”

<sup>432</sup> Sejersted 1985, s. 144.

<sup>433</sup> Berner 1999, s. 481. Artikkelen handler om husmorfilmer på 1950- og 1960-tallet, men Berner trekker linjer bakover gjennom etterkrigstiden og tilbake til 1800-tallet.

<sup>434</sup> Berner 1999, ss. 480-481.

virksomheten. Fremstillingen av bruken av teknikken var som en implisitt forhandlingsprosess som var nødvendig for at teknikken skulle aksepteres.<sup>435</sup>



Labratoriekjøkkenet som Aftenposten mente hadde mange praktiske detaljer, selv om det var uten oppvaskkum. Bilde: Eskeland 1939.

Norges Husmorforbund deltok på utstillingen og hadde rollen med å knytte sammen husmødrene og ekspertenes demonstrasjoner av norske varer. I samarbeid med produsentene arrangerte Husmorforbundet spesielle ”husmordager” 7. og 13. september med ”demonstrasjoner, foredrag og underholdning som særlig tar sikte på ”hjemmets forretningsfører”.<sup>436</sup> Utstillerne holdt disse dagene ”kontinuerlige demonstrasjoner i sine stands”.<sup>437</sup> Her og ved andre demonstrasjoner ellers i utstillingsperioden fikk kvinnene møte personer som viste hvordan produktene kunne brukes best. I paviljongen til Lilleborg fikk publikum vite at de kunne spørre ”demonstratrisene” som kan kunne svare på ”alt”.<sup>438</sup> Husmorforbundet hadde sine to standardkjøkken i paviljongen for melkeprodusentene.<sup>439</sup> Her møttes interessen for ernæring, kjøkken og husmødre og nasjonaløkonomi. Kjøkkenet var det produktet som fikk publikum til å se denne sammenhengen, og husmoren som forbruker og sosial praksis ble satt i sentrum. Integrasjonen av tema og interesser var typisk for Husmorforbundet.

---

<sup>435</sup> Berner 1999, s. 483.

<sup>436</sup> Vi kan-bladet nr. 17, s. 4.

<sup>437</sup> Vi kan-bladet nr. 18-19, s. 14.

<sup>438</sup> Lilleborgs museum, album ”Lilleborgs deltakelse i ”Vi kan”-utstillingen 1938”. Albumet har ikke nummererte sidetall. I paviljongen til Lilleborg foregikk demonstrasjonene for øvrig gjennom hele utstillingsperioden, og da utstillingen gikk mot slutten i august/september 1938 hadde 140 000 mennesker vært innom og sett kvinnene demonstrere Blenda vaskemidler, se Vi kan-bladet nr. 17, s. 7.

<sup>439</sup> Morgenposten 14.05.38 og Eskeland 1939, s. 109.

Organisasjonen arrangerte messer og utstillinger med foredrag om vitaminer, kosthold og hygiene. I tillegg engasjerte den seg i propaganda for bestemte produkter. I samarbeid med jordbruksorganisasjonene og norsk industri, og som ledd i kampanjen for norske varer fra begynnelsen av 1920-årene, reiste Husmorforbundets representanter landet rundt med varedemonstrasjoner.<sup>440</sup>

Propaganda for melk på ”melkemesser” var en del av et større ”vitamin- og kostholdsevangelium” som forente ”[n]y ernæringsvitenskap, profesjonelle husmødre, bøndernes ønske om å selge og hensynet til forsyningsberedskap på 1930-tallet”.<sup>441</sup> I et større perspektiv hadde propaganda for hygiene som formål å oppheve de sosiale skillene i samfunnet. Knut Kjeldstadli viser at hygieneprojektet i mellomkrigstiden som handlet om riktig kosthold, sunne boliger og personlig hygiene, skulle løse de sosiale motsetningene i Oslo. ”Klassesamfunnet skulle så å si vaskes vekk.”<sup>442</sup> Middelklassen ble både mål og middel i propagandaen på Vi kan-utstillingen.



Paviljongen til Lilleborg hvor folk kunne følge ”ekspertenes” demonstrasjoner av Blenda. Det nye lett oppløselige vaskemidlet Blenda passet inn i sosialhygienens ambisjon om bedre hygiene for alle for å utjevne sosiale forskjeller. På et agentmøte i Lilleborg fabrikker i 1936 ble slike produkter fremhevet som nødvendig siden ”kunstsilkestoffer [har] grepet om sig i alle klasser”.<sup>443</sup> Dette var en av de nye varene som hadde blitt skapt i prosessen med transformasjon av industriproduksjonen mens forberedelsene til utstillingen pågikk. Inne i paviljongen var det også en såpefontene i form av en søyle i glass og metall som ”skummet over”, og satte i bevegelse merkevaren Krystall. Mengden av såpeskum var gigantisk! Bilde: Eskeland 1939.

## Både deltaker og tilskuer

Det som ble vist og sagt på Vi kan-utstillingen var i stor grad idealer av og for middelklassen. Varene var dyre for mange arbeiderfamilier, men det var særlig de praksisene og ideologiene som utstillingen viste som appellerte til middelklassen. Reklamen rettet seg imidlertid også mot arbeiderklassen, og forsøkte å integrere arbeiderne i det nye forbruksmønsteret.<sup>444</sup> Etter

<sup>440</sup> Melby, i Avdem og Melby 1985, ss. 136-137.

<sup>441</sup> Kjeldstadli 1994, s. 116.

<sup>442</sup> Kjeldstadli 1990, s. 310.

<sup>443</sup> Kjeldstadli 1990, s. 344.

<sup>444</sup> Nielsen 1978, s. 76.

hvert som varene ble flere og billigere ble det åpnet en mulighet for at massemarkedet ville erstatte klassesamfunnet.<sup>445</sup>

I mellomkrigstiden var middelklassen satt sammen av flere grupper. Det gamle middelklassen var småkjøpmenn, butikkeiere og håndverkere.<sup>446</sup> Den nye middelklassen var lønnsarbeidere som funksjonærer i offentlig og privat sektor, lærere og uniformsarbeidere som ved jernbanen og i politiet. Disse gruppene var store i Oslo i mellomkrigstiden. Kjeldstadli mener at [de] ”offentlige bestillingsmennene og private funksjonærene personifiserte det nye bymennesket fremfor noen”.<sup>447</sup> De profesjonelle gruppene som advokater, arkitekter, leger og ingeniører, og i tillegg direktører i store bedrifter var i en tvetydig posisjon. De kalte seg kanskje selv for øvre middelklasse, men tilhørte i realiteten en elite.<sup>448</sup> Dette viser at en klasse kan konstitueres med enten objektive tegn som yrke, eller gruppens subjektive oppfatninger om seg selv. Klasseideologi får dermed en viktig rolle for å konstruere en klassebevissthet. Dette forsøkte den utdannede middelklassen å gjøre på Vi kan-utstillingen med de mange ”saklige” tiltakene.

For den nye middelklassen var det sentralt å være moderne. ”It entailed a positive attitude towards novelties in clothing, housing, eating and transport, above all innovations with a scientific air about them.”<sup>449</sup> Troen på det vitenskapelige var et uttrykk for den nye sakligheten. Hygiene var her et sentralt begrep som gjennom den estetisk-sanitære retorikken ble en slags altomfattende metafor for impulser til forandring på en rekke felt. Ideologien i denne retorikken kunne knytte komplekse sosiale spørsmål til kategorier som ”rent og urent”, ”stygt og pent”.<sup>450</sup> På Vi kan-utstillingen var dette knyttet til næringsmidler og interiørvarer som skulle forandre folks livsmønster. Samtidig fantes det også en populær holdning til moderniteten mer generelt, særlig i Oslo. ”Mange hadde også en fornemmelse av en by som bombarderte sansene med fart, farge og støy, en by hvor livet var mer grådig og intenst enn noe annet sted i landet, en by vel så amerikansk som tradisjonelt norsk.”<sup>451</sup> Det var slike tema, saklighet og hygiene, høyt tempo og et intenst byliv preget av noe amerikansk, som ble tematisert på Vi kan-utstillingen. Dette var ideologien for den nye middelklassen, men den utdannende delen av middelklassen (eliten) i mange tilfeller var ideologene.

---

<sup>445</sup> Kjeldstadli 1990, s. 344.

<sup>446</sup> Myhre 2004, ss. 134-135.

<sup>447</sup> Kjeldstadli 1990, s. 344.

<sup>448</sup> Myhre 2004, s. 117.

<sup>449</sup> Myhre 2004, s. 134.

<sup>450</sup> Habel 2006, s. 8-9.

<sup>451</sup> Kjeldstadli 1990, s. 347.

Opplysning om bruk av de nye varene skjedde på den utdannede middelklassens premisser. Peder Aléx viser at opplysningsvirksomheten i svenske Kooperativa förbundet ”tycks vara anpassade till ’de bättre situerades’ plånbok, och ge uttryck för den upplysta medelklassens kulturella anspråk”.<sup>452</sup> Forsøket på å utbre middelklassens idealer kan tolkes som ”ett medvetet försök att skapa kulturell hegemoni i samhället” for en enhetlig smak.<sup>453</sup> Aléx mener at

ett rimelig tolkningsalternativ är att utgå från att alle diskussioner om hygien, ordning og rationalitet, liksom smak etikett og boende, fördes av et i grunden empatisk og sosialt engasjerat intellektuellt avantgarde. Dessa män och kvinnor försökte entusiastisk och på bred front redogöra för sin, som de såg det, nya kunskap, grundad på rationalitet och de senaste vetenskapliga rönen. Denna hord av folkbildare, upplysare, fostrare, disciplinerare och civilisationsförsvare [..] var sinsemellan förbundna i en svårtydd diskurs – ett kommunikativt nätverk – där de nyfiket följde kunskapens utveckling i syfte at föra den ut till folket. Olika personer kunde visserligen ha varierande politisk färg, men de förenades i tron på at med hjälp av vetenskapeligt förhållningssett omforma eller rent av föredla samhället.<sup>454</sup>

Interiørbladet ”Vi selv og våre hjem” gav uttrykk for middelklasseverdier. Reportasjen fra utstillingen beskrev interiørene som ”smakfulle” og ”møblert med velproporsjonerte møbler i dimensjoner som passer moderne boliger og med former som egner sig til daglig og bekvemt bruk for almindelige mennesker”.<sup>455</sup> Tanken om en felles standard kom også frem i Morgenbladet som skrev om ”våre kjøkkener” og mente utstillingen viste det som burde ”stå som et mønster for alle”.<sup>456</sup> Siden økonomien ikke alltid tillot å kjøpe nye ting, handlet rasjonalisering både om å skaffe seg det nye og samtidig bruke bedre det folk hadde.<sup>457</sup> Aftenposten avsluttet sin reportasje med et slikt råd: ”Ja, det er nok å se og lære for våre husmødre på denne utstilling og meget å få forstand av. [...] De vil ikke alene se meget nytt, men også lære hvordan De skal utnytte det De allerede har på en kanskje bedre og penere måte.”<sup>458</sup> Opplysningsvirksomheten skulle skape endringer, og var selv et uttrykk for en endringsprosess. Husmorforbundet var symptomatisk for utviklingen: ”Den virksomheten disse og mange andre drev i mellomkrigstiden, er synlige tegn på at mye var forandret for

---

<sup>452</sup> Aléx 1994, s. 201.

<sup>453</sup> Aléx 1994, s. 202.

<sup>454</sup> Aléx 1994, ss. 202-203.

<sup>455</sup> Vi selv og våre hjem, juliutg. 1938, s. 15. Aschehoug. Flere trodde at bare slike møbler ble vanlige ville det svekke klassemønsteret. Moderne hjem skulle være ”fri for det karakteristiske klassepreg som tidligere var uundgåelig... det klasseløse hjem”, skrev arkitekt Bent Heiberg”, se Kjeldstadli 1990, s. 344.

<sup>456</sup> Morgenbladet 19.05.38

<sup>457</sup> Berner 1999, ss. 486-487, Nolan 1990, s. 563.

<sup>458</sup> Aftenposten 25.05.38



byhusmødrene.”<sup>459</sup> Med forbedringer i hygiene og materiell standard ble endringene oppfattet som fremskritt. Dette ble aksentuert i flere paviljonger, men de fremskrittene som ble stilt ut skapte også ambivalens.



En stor fornøylesavdeling var et populært innslag på utstillingen. Her var det med berg- og dalbane, eventyrtoget og strømlinjeformede rakettbiler. Attraksjonen på bildet ble kalt "looping the loop". Bilde: Eskeland 1939.

## Fremskrittfortellingen

Det store oversikten på utstillingen over hva som foregikk i Oslo kunne brukes til å presentere en fremskrittfortelling. Denne sammenbindingen av tema ble gjort med historiske fremstillinger i paviljongene, men også ganske enkelt ved at tilskuerne fikk se mange nye ting. Fortellingen var iscenesatt rundt tre utviklingstrekk: Industrien masseproduserte varer og skapte velstand for folket, håndverket styrket sin posisjon i forhold til industrien ved å finne tilbake til sitt kvalitetsbevisste vesen, og Oslo utviklet seg gjennom fremgang for handel, industri og velferdspolitik til en moderne storby.<sup>460</sup> Fremskrittfortellingen skapte både optimisme og ambivalens hos arrangører, deltakere og tilskuere. Denne spenningen i moderniteten som kan knyttes til følelsen av fornyelse og tap, gjorde Vi kan-utstillingen til en klassisk moderne erfaring.

Utstillinger var i følge gjengs ideologi oppsummeringer og oversikt over fremskrittet.<sup>461</sup> Tilskuerne ble fascinert av det som var nytt, og ny teknologi og nye produkter kunne bli presentert for et bredt publikum for første gang. New York-utstillingen i 1939 viste mange av de varene som ble en del av massekonsumet etter krigen slik som fjernsyn og husholdningsmaskiner.<sup>462</sup> Futuristiske visjoner for amerikanske storbyer med gigantiske

<sup>459</sup> Melby, i Avdem og Melby 1985, s. 137.

<sup>460</sup> Om Oslo som bysamfunn i fremskrittfortellingen, se kapittel 5 "Vi" på utstilling.

<sup>461</sup> Ekström 1994, s. 58.

<sup>462</sup> Rudeng, i Dugnad 1-1995, s. 32, Rydell 1993, s. 124.

motorveisystemer og skyskrapere ble presentert i modeller som Futurama og Democracity, og var blant utstillingen mest populære attraksjoner. Teknologiske fantasier som raketter for transatlantiske flyruter og roboter ble også vist frem som modeller.<sup>463</sup>

Arrangørene av Vi kan-utstillingen mente den hadde sin store betydning fordi ”her er mye forandret gjennom siste ”menneskealder””.<sup>464</sup> Men utstillingen var mest en oppsummering av utviklingen, og viste lite fremtidsteknologi. Oslo og Norge produserte ikke hypermoderne varer som fjernsyn, og selv om ”Maskinmennesket” hadde blitt tematisert i litteratur i Norge, kom det ikke med på utstillingen.<sup>465</sup> Det var nettopp den moderne teknologien som hadde innhentet og fratatt utstillingene det futuristiske potensialet ifølge direktør Lorenz Vogt som selv arbeidet med utstillingen:

Tidligere bød utstillingene på betydelige overraskelser ved å vise nye oppfinnelser og nye produksjoner. Med vår tids utviklede etterretningsvesen, er det nu meget sjelden at en utstilling kommer med noget epokegjørende nytt. Dens betydning idag er at den gir en revy over hvad der presenteres. Dermed får den moderne utstilling større betydning for den almene mann, men den betyr kanskje ikke så meget for spesialisten og fagmannen.<sup>466</sup>

Nyhetene var i det hele tatt mindre viktige på utstillingen, ideen var heller å spre kunnskap om fremskrittet for å se ”hvor langt norsk arbeide har kommet”. Introduksjon av ny teknologi og opplæring av håndverkere (”fagmannen”) ved å se og lære om de nyeste arbeidene, var to utviklingstrekk som begge hadde preget utstillingstradisjonen. Men på en utstilling var det utvalget av ting som definerte hva som skulle bli forstått med fremskritt. Forståelsen av fremskrittet endret seg i takt med utviklingen i kapitalismen der fokuset gikk fra produksjonsmidler til produkter som viktigste verdi. Utstillingene på 1800-tallet hadde fokusert på maskiner i seg selv, og etter hvert også sosiale reformer. På 1900-tallet ble som nevnt forbruksvarer og forbrukeren satt i fokus. Industrien ble viktigste teknologi på Vi kan-utstillingen, og det var problematisk å integrere håndverket med fremskrittet.

Vi kan-utstillingen viste teknologisk utvikling på tre måter. Den ene var en tradisjonell oppsummering som på 1800-tallet med siste nytt i produksjonsmidler og produkter. Dette kunne være stillestående eller arbeidende maskiner i ”skinnende blank nikkel”, og produkter som fra det helt enkle som spiker, maling og lakk, til nye og imponerende industriprodukter som damplokomotivet ”Dovregubben”. Den andre var å knytte forbruksvarene til ”kjøp

---

<sup>463</sup> Meikle 1979, s. 190 og ss. 199- 200. Robotene var kostymer og modeller i beste ”blikkboks-stil” som skulle illustrere og problematisere roboten, se Rydell 1993, ss. 139, 151-152 om roboter.

<sup>464</sup> Aftenposten 12.05.38

<sup>465</sup> ”Maskinmennesket, radiotidsalderens skapning”. Dette ble tatt opp i *Boken om teknokratiet* av ing. Eduard Pfeiffer i 1933, se Kjeldstadli 1994, s. 107.

<sup>466</sup> Aftenposten 12.05.38

norsk” som budskap for å løse krisen. Da var ikke nyhetene bare interessante i seg selv, de var også del av en sammenheng mellom forbrukere og politiske utfordringer. I begge tilfeller var industriproduktene optimistiske tegn på fremskritt i Oslo som ville være en by for moderne industri. Den tredje måten var derimot å vise hvordan håndverket var truet av ny maskinteknologi. Eskeland mente at håndverkene trodde ”håndverkets dager var talte [...] fordi de best merket hvilken drepende konkurranse de var utsatt for fra maskinene”.<sup>467</sup> Dette tema ble også tatt opp i boken ”Håndverk og industri i Oslo 1838-1938” som August Schou skrev for OHIF til jubileet i 1938. ”De rene håndverksfag – uten maskinanvendelse – er temmelig få og bedriftenes antall er ikke imponerende.”<sup>468</sup> Til denne utviklingen var det en motsetning mellom egalitet og eksklusivitet. Industrien skulle skape sosial utjevning:

Med industri og masseproduksjon er den reelle velstand, levestandarden, øket i betraktelig grad; befolkningslag som tidligere manglet adskillig av det som setter spiss på tilværelsen, kan nu både i sin hjemmeinnredning, sin klæddragt og sitt kosthold avvende mangt og meget som før var et privilegium for de ”bedrestillede”.<sup>469</sup>

Håndverket var truet av maskinene, men utviklingen ble forsøkt gjort til en drivkraft i en prosess som forente gamle tradisjoner og en antatt grunnleggende følelse for god kvalitet.

Enkelte fag er forsvunnet, det er så, men til gjengjeld har andre nettopp i de siste tiår skutt ny vekst fordi de ikke har gått med i kappløpet om masseproduksjonen og standardiseringen, men funnet frem til kjernen av sitt eget vesen, det solide og formfullendte, det ekte og gedigne. I stedet for å rase mot maskinene har de tatt dem i sin tjeneste der hvor det kan skje uten å senke kvalitetskravet, og resultatet er at håndverket fremdeles er Norges tredje største næringsvei og kan glede sig over en økende anseelse.<sup>470</sup>

Denne utviklingen ble forsøkt fremstilt med optimisme på utstillingen, men å se maskinene som gjorde håndverkernes arbeid skapte også en følelse av ambivalens.

## Håndverket i opposisjon

Det var en indre spenning i hele utstillingsprosjektet som skulle vise utviklingen i både håndverk og industri for å styrke begges posisjon. Utviklingen forsøkte å oppheve motsetningen mellom de to ved å vise at begge fikk fordeler med bruk av maskiner. Likevel ble håndverket legitimert i opposisjon til industrien. Gullsmed Arthur David-Andersen satte ord på følelsene: ”Vi kan ikke erstatte håndverket med industrien”.<sup>471</sup> Eskeland mente også at

---

<sup>467</sup> Eskeland 1939, s. 82.

<sup>468</sup> Schou 1938, s. 286.

<sup>469</sup> Eskeland 1939, s. 83.

<sup>470</sup> Eskeland 1939, s. 83.

<sup>471</sup> Aftenposten 12.05.38

med økende tilgang på ”billige industriprodukter, desto mer vokser evnen og lysten til også å anskaffe individuelt pregede, håndarbeidede ting”.<sup>472</sup> Men dermed ble håndverksproduktene dyre og fikk et lite marked. Maskinene kunne både fornye og fortrenge håndverket. Denne tvetydigheten gjorde at forholdet til maskinene ble uavklart, det ble ambivalent. Både strukturendringene skapt av maskinene og forståelsen av håndverket som den eldste og tradisjonsbundne produksjonsformen iscenesatte håndverket.

I alt deltok 17 forskjellige laug og 56 ulike utstillere for håndverket.<sup>473</sup> Laugene hadde gått sammen om kollektive utstillinger.<sup>474</sup> Enkeltprodusenter og merkevarer kunne derfor ikke fremheves her på samme måte som for industrien. I stedet ble håndverket historisert og fremstilt som enhetlig og i stadig utvikling med nye redskaper, teknikker og produkter. Rørleggere og møbelsnekkere viste eksempler på gamle og nye bad og møbler. Skomakerne viste en modell av et gammelt verksted med ”Den gamle skomaker. Han som blev ved sin lest”.<sup>475</sup> Håndverkene som hadde produsert for et luksusmarked ble mindre påvirket av maskinproduksjon. Skreddere, buntmakere og mestersyersker, bokbindere og instrumentmakere fikk anerkjennelse for sitt høye kvalitetsnivå.<sup>476</sup> I estetisk sammenheng kunne håndverket fortsatt vise moderne estetikk som ble omtalt på en positiv måte. Aftenposten var svært fornøyd med håndvevde gulvtepper ”hvor både smak og arbeide innen vevningen er kommet langt hos oss nu”.<sup>477</sup> Morgenbladet fulgte opp med omtale av sølvtyø fra Oslo gullsmedlaug preget av en ”velsignet forenkling, fri for kruseduller”. Også andre gjenstander viste nye former og utførelse, ”som lover meget i retning av en ny stil”.<sup>478</sup> Dette var alle statiske utstillinger der gamle og nye produkter skapte inntrykk av tradisjon og fornyelse samtidig. Håndverkene som ikke følte seg truet av innflytelsen fra ny teknologi hadde heller ingen nostalgisk fremstilling av utviklingen, men forsøkte i stedet å distansere seg fra fortiden og omfavne fremtiden. Det gjaldt enkelte av luksusprodusentene, men også rørleggerne som nå kunne levere nye og hygieniske bad. Aftenposten likte godt det moderne:

Det gamle var gjort så ukoselig som vel mulig – ja liketil at pussen var falt av veggen – foruten det gamle redsomme jernbadekarret. Det flotte moderne gule badekar omgitt av grønne fliser virket ennå mer innbydende, når det kom ved siden av det monstrum som vi altså en gang skal nøiet oss med.

---

<sup>472</sup> Eskeland 1939, s. 83.

<sup>473</sup> Eskeland 1939, s. 82.

<sup>474</sup> Se kapittel 2 Et tiltak i krisetid.

<sup>475</sup> Eskeland 1939, s. 70.

<sup>476</sup> Eskeland 1939, s. 80.

<sup>477</sup> Aftenposten 25.05.38

<sup>478</sup> Morgenbladet 19.05.38

Andre håndverk hadde ”arbeidende verksted” som fellesutstillinger for sine laug. Demonstrasjonene skulle gi kunnskap om håndverkene for å vise deres betydning. Arrangørene var sikre på dette hadde blitt oppnådd ettersom folk strømmet til for å se.<sup>479</sup> Dette ble en parallell til de mange maskinene og modellene som demonstrerte produksjonsprosessen i industrien. I begge tilfeller var maskinene en attraksjon, og hos håndverkerne var de i bruk på verkstedene til skomakerne, bakerne og boktrykkerne. Boktrykkerne hadde et arbeidende trykkeri på utstillingen som trykket Vi kan-bladet. I en reportasje ble utviklingen av håndverk som boktrykkeri forklart med forholdet mellom differensiert maskinproduksjon i trykkeriene og etterspørsel etter trykksaker.

Produksjonens allsidighet strekker seg fra bibler til billetter. [...] Og med denne allsidighet i ryggen har også faget differensiert seg. Bak denne differensiering ser man så en mektig utvikling med hensyn til materiell. Spesialmaskiner rykker inn, stadig mer komplisert med sterkere sikte på å løse bestemte oppgaver.<sup>480</sup>

Sammenhengen mellom økende etterspørsel, økt reklamebehov og vekst i antall trykksaker skulle gjøres kjent. Forutsetningen for denne utviklingen var imidlertid maskinene som gjorde det mulig for trykkeriene å produsere bedre og mer spesialisert. Arrangørene var klar over denne tvetydigheten: ”[g]rensen mellom håndverket og industrien kan være flytende [...] tydeligst ser man dette i det arbeidende trykkeri som sorterer under håndverket, hvor det absolutt er maskinene som gir det innslag tilskuerne blir fengslet av.”<sup>481</sup> Med fremstillingen av håndverket sto Vi kan-utstillingen i et ambivalent forhold til sitt eget budskap om et nytt forbruksmønster. Sosiolog Willy Guneriussen viser at tvil og ambivalens er knyttet til teknologiutvikling som er en av flere hovedtendenser i den klassiske diskursen om det moderne.<sup>482</sup> Vi kan-utstillingen gav som nevnt uttrykk for verdier fra borgerskap og den utdannende middelklasse. Håndverket passet dårlig med kriseforståelsen med ”Kjøp norsk”, og de mange produktene som ble knyttet til ”den nye sakligheten”. I stedet ble håndverket fremhevet med argumenter som ”fagmessig” og ”kvalitet”.<sup>483</sup> Håndverket brukte utstillingen til selvhevdelse.

Det var opprinnelig meningen at både håndverk og industri skulle ha likeverdige plasser på utstillingen. Under påmeldingen til utstillingen ble imidlertid industrien tallmessig overlegen og industrihallene hadde blitt utvidet. Selvhevdelsen fra håndverket var åpenbar i siden OHIF feiret 100 år som forening. Ambisjonen kom til uttrykk i åpningsseremonien der

---

<sup>479</sup> Vi kan-bladet nr. 17, s. 7.

<sup>480</sup> Vi kan bladet nr. 11, s. 9.

<sup>481</sup> Eskeland 1939, s. 83.

<sup>482</sup> Guneriussen 1999, s. 227.

<sup>483</sup> Vi kan bladet nr. 11, s. 9.

den spesialkomponerte kantaten var en sang til håndverkets pris like mye som til industrien.<sup>484</sup> Laugene hadde dannet et festlig opptog for å vise seg frem i byen. Et tegn på at håndverket sto i kontrast til industrien var også hvordan alle laugsemblemene med tradisjonell utforming var montert på en moderne funksjonalistisk vegg. Det var derfor både optimisme og ambivalens i den teknisk-økonomiske modernismen. Disse følelsene kom også fra aviser og andre tilskuere, og kunne være humoristiske.

## Moderne opplevelser

Erfaringene av den moderne tid kunne skape begeistring og spille på ironi, men kunne også skape ambivalens. Noen enkeltstående ytringer er særlig egnet til å karakterisere populære uttrykk for modernitet knyttet til utstillingen. Lyd i høyttalere var fascinerende på 1930-tallet. Vi kan-bladet laget reportasjen "Vi hilser på Lydmaskinen" om det store høyttaleranlegget på utstillingen. Dette var en "imponerende prestasjon".<sup>485</sup> Høytalerne var så "moderne" at en "bygdeoriginal" som besøkte utstillingen, lurte på "hå for no hekseri dom har fønni på med desse blick-fata som stikk ut av veggen".<sup>486</sup>

Jernbanen var et annet moderne tema som også preget opplevelsene på utstillingen. Passerende tog langs Frognerstranda til og fra Vestbanen laget "forstyrrelser". Et leserinnlegg i Vi kan-bladet koblet dette til erfaringer fra en annen moderne innretning, nemlig radio:

I dag er en forstyrrelse et ledd i tilværelsen. [...] En utstilling uten forstyrrelser er som en radio uten jordledning. [...] Og det norske folk vilde ikke kunne lytte til kringkastingen uten ulyder. [...] Vi lytter til utstillingens rytme, vi liker oss og morer oss. Og plutselig kommer det slik: BrmrbrpombRMRPPPPPPR og da vet vi at dagen er fullendt, forstyrrelsen har meldt sig, det er dagens tidtrøyte og tidens tone.<sup>487</sup>

I dette innlegget er det en undertone av irritasjon over plasseringen på Frognerstranda. Avisen Nationen var også kritisk til moderniteten i sin reportasje fra utstillingen, og bemerket at det moderne "Oslo er en by i rivende vekst som legger under sig all ledig jord". Møtet med fremskrittet kunne også slå over i direkte frykt for at noe gikk tapt. Som nevnt kommentere Aftenposten et utstilt labratoriekjøkken, og reporteren håpet at maten smakte like godt som før, "iallfall er den sundere".<sup>488</sup> De rasjonelle ideene som ellers var knyttet til fremskritt kunne slik som i disse eksemplene oppfattes som en trussel mot tradisjonen. Variasjonen i disse

---

<sup>484</sup> Aftenposten 13.05.38.

<sup>485</sup> Vi kan-bladet nr. 16, s. 1.

<sup>486</sup> Vi kan-bladet nr. 17, s. 4. Denne bygdeoriginalen, Mekkel Kavringbakken, var trolig en iscenesatt spøk, se kapittel 5 "Vi" på utstilling.

<sup>487</sup> Vi kan-bladet nr. 1, s. 9.

<sup>488</sup> Aftenposten 25.05.38.

erfaringene gir en indikasjon på hvordan utstillingen kunne bli oppfattet med både optimisme og ambivalens, og at disse erfaringene var nært knyttet til stemningen på utstillingen og de tingene som ble vist frem. Vi kan-utstillingen var et avgrenset område som kunne gi tilskuerne en følelse av å være i den moderne tid.

## Konklusjon

Det var mellomkrigstidens største feiring av forbruket som utspant seg på Vi kan-utstillingen. Den gamle utstillingstradisjonen med både høytidelig festivitas og folkefest ble ført over i en ny ramme som gav de norske varene en aura av glede og optimisme som skulle bidra til å løse krisen i økonomien.

Arrangører og utstillere på Vi kan-utstillingen oppfattet forbruksvarer som fremskritt. Denne forståelsen bygget på en teknisk-økonomisk modernisme, og på utstillingen ble denne forståelsen stilt sammen med ”kjøp norsk” som strukturerte propagandaen for norske varer. Industribedriftene ville påvirke forholdet mellom produsent og forbruker, og regisserte en rasjonalitet for ”kjøp norsk” gjennom en iscenesettelse av gjenstander, tekst og bilder, og installasjoner med lys, lyd og bevegelse. Mange av forbruksvarene ble fremstilt innenfor den nye sakligheten for å skape en ny middelklasse som overskred gamle klassemotsetninger. Med en estetisk-sanitær retorikk ble de nye forbruksvarene en del av en politisk strategi for næringsborgerskap og den utdannende middelklassen. Men til slutt var det likevel økt omsetning av de nye merkevarene som var produsentens hovedinteresse.

Arrangører og deltakere fikk gjennom utstillingen mulighet til å utøve makt for å skape kulturelt hegemoni gjennom forbruksvarer. Rydell har vist hvordan de amerikanske utstillingene på 1930-tallet var industribedriftenes måte å skape forestillinger.<sup>489</sup> På Vi kan-utstillingen var produsentenes og forbrukernes felles ansvar for nasjonaløkonomien begrunnet rasjonelt for å øke forbruket. Samtidig var det spenninger i utstillingens budskap om forbruk. Reklamen spilte også på hedonisme, og fremskrittfortellingen viste hvordan håndverket ble fortrent av industrien. På denne måten speilet utstillingen strukturelle endringer i både produksjonsliv og forbruksmønster i mellomkrigstiden. På begge felt skulle utstillingen påvirke forholdet mellom håndverk og industri, og mellom produsent og forbruker.

Sosialpolitikk var et annet felt som utstillingen også forsøkte å påvirke. Forandringer i sosiale forhold var i seg selv en viktig side ved forbruket, men ble også behandlet direkte i paviljongene fra Oslo kommune der Oslo Arbeiderparti drev propaganda for sitt politiske

---

<sup>489</sup> Rydell 1993, s. 119.

reformprogram. Det offentlige engasjementet for sosiale forhold var Vi kan-utstillingens andre store tema i budskapet om fremtidens Oslo.



## Kapittel 5 ”Vi” på utstilling

*Det nye Oslos tro på sig selv og på Norge.  
Erik Asklund, journalist i Stockholms Tidningen,  
gjengitt i Vi kan-bladet, nr. 16-1938*

Det var et nytt ideologisk felleskap og en ny lokal identitet i Oslo som ble forsøkt fremstilt på Vi kan-utstillingen. Oslo kommune som var styrt av Arbeiderpartiet deltok med egne paviljonger som viste deres nye sosiale tiltak for alle. Deltakelsen var en del av et samarbeid med bedriftene i byen om utstillingen som et felles tiltak til fordel for private og offentlige interesser. Utstillingen var på samme tid prosess og symbol for samarbeidet. Den viste en visjon for et samfunn preget av materiell velstand og sosial trygghet skapt i samarbeid mellom private og offentlige krefter. Den nye sakligheten var et ideologisk fellestrekk på begge sider. En ny lokalidentitet var en del prosessen hvor Oslo ble gjort til et forbilde for utviklingen i resten av landet. Dette artikulerte ønsket om en større forsoningsprosess sosialt og politisk for å dempe motsetningene mellom klasser innad i byen, og utad mellom by og land.

Vi kan-utstillingen var en del i det prosjektet som Knut Kjeldstadli kaller ”drømmen om den moderne byen”. ”Det var et forsøk på å bygge opp et nytt bysamfunn i samsvar med en livsholdning som la vekt på nåtidsorientering, rasjonalitet og individualisme.”<sup>490</sup> Lokalidentitet og modernitet skulle integreres på utstillingen. ”Sosialpolitikk og sosialdemokrati var i Oslo en del av bestrebelsene på å skape en moderne by. Vi kan-utstillingen i 1938 hadde en egen seksjon der de kommunale ytelsene ble presentert.”<sup>491</sup> De sosiale tiltakene fra Oslo kommune skulle bli et særtrekk ved lokalidentiteten. Men samarbeidet mellom private bedrifter og offentlige myndigheter gav lokalidentiteten motiver fra begge sider. Oslo hadde både et *pulserende produksjonsliv* og var *sosialpolitisk avansert*.

Oslo ble iscenesatt med konstruksjoner som ”Oslosak”, ”vi” og ”hovedstadsideen”. Her ble interesser, klasser og regioner bundet sammen med bysamfunnet i Oslo som fokus. Arrangørenes idé om at utstillingen var en ”Oslosak” førte til at hele bysamfunnet med både næringsliv og kommune skulle være representert. Arrangører og politikere appellerte til ”vi” for å samle byen til innsats for å bygge fellesskapet i byen, samtidig som ”vi” også skulle vise ansvar som hovedstad overfor resten av landet. Det var dermed både en integrasjon innad i byen og utad mot landet som ble foretatt med ”hovedstadsideen”.

De tre konstruksjonene ble omsatt på utstillingen til patriotisme med både saklighet og patos. I paviljongene til Oslo kommune var kom ”den nye sakligheten” til uttrykk i alt fra

---

<sup>490</sup> Kjeldstadli 1990, s. 352.

<sup>491</sup> Kjeldstadli 1990, s. 360.

bruk av elektrisitet til skolefrokost og sosial boligbygging. Overblikket over denne utviklingen var blandet med politisk agitasjon for betydningen av tiltakene. Formidlet med strukturen fra en fremskrittfortelling beveget byen seg mot en ny sosial standard for alle. Dette ble en sosialpolitisk modernisme som ble et av de tre grunntrekkene i hovedbudskapet på Vi kan-utstillingen.<sup>492</sup> Gjennom utstillingen ble det private initiativet integrert med det offentlige ansvaret. Dette ideologiske fellesskapet begrunnet til slutt utstillingen som et tiltak mot den økonomiske og sosiale krisen. På Vi kan-utstillingen var det fremstillingen av lokalidentiteten som iscenesatte dette nye fellesskapet.

## Lokalidentitet i Oslo

Jan Eivind Myhre stiller spørsmålet om Oslo egentlig noen gang har hatt en identitet i artikkelen: Oslo – en storby uten identitet?<sup>493</sup> Han følger opp med at identitet ikke er noe endelig gitt, men noe som skapes og det i mange tilfeller vokser langsomt frem.<sup>494</sup> Knut Kjeldstadli betegner identitet som "[e]n følelse av å vite hvem en er. En følelse av vite at eget liv henger sammen med andres, at en er en del av noe annet, noen andre."<sup>495</sup> Kjeldstadli snakker videre om en vi-identitet som oppstår ved at "*jeg og andre jeg* opplever at vi har noe til felles, at vi trenger hverandre for å løse oppgaver som hver og en ikke makter." Dette er en identitet preget av gjensidighet eller resiprositet.<sup>496</sup> En slik lokalidentitet preget av gjensidighet fantes i Oslo i 1930-årene.

Dette ble forsøkt knyttet til følelsen av "å leve i én by, av å dele byens gleder og problemer".<sup>497</sup> En slik samhörighet fantes i alle sosiale lag, og eksisterte dermed på tvers av de sosiale skillelinjene som fortsatt delte byen sosialt og politisk. På dette grunnlaget ble det arbeidet for å skape lokalpatriotisme og byidentitet. Denne nye følelsen av samhörighet fikk konkrete uttrykk i arrangementer og symboler. Oslo reisetrafikkforening arrangerte "Oslodagen" med kåring av Osloprinsessen og brusteinsball fra 1933. Det var opprinnelig en festdag som skulle trekke folk til byen og inntekter til reisetrafikkforeningen, men etter hvert ble det understreket at hensikten var "å skape en sterk lokalpatriotisme blant hovedstadens befolkning", og å få "byens egne folk sveiset bedre sammen".<sup>498</sup> Oslo kommune lagde Osloflagg og Oslo-sanger som symboler for byen. Sosiale reformtiltak og store byggeprosjekter i

---

<sup>492</sup> De andre delene var en sosialestetisk modernisme og en teknisk-økonomisk modernisme, se kapittel 3 og 4.

<sup>493</sup> Myhre 2005, s. 62.

<sup>494</sup> Myhre 2005, s. 63.

<sup>495</sup> Kjeldstadli 2005, s. 55.

<sup>496</sup> Kjeldstadli 2005, s. 55.

<sup>497</sup> Kjeldstadli 1990, s. 355.

<sup>498</sup> Kjeldstadli 1990, s. 355.

kommunal regi, slik som Rådhuset og Vigelandsanlegget, bidro også til å styrke lokalpatriotismen. Vi kan-utstillingen var på samme måte et tiltak som både gav uttrykk for og videreutviklet en ny identitet for Oslo.

Vi kan-utstillingen skulle skape feststemning og uttrykke begeistring for byen.<sup>499</sup> Støtten til arrangementet var bred i lokalpolitikken og Oslo-pressen, og det var også bred oppslutning i næringslivet. Arrangørene og Oslo kommune satte begrepet "Oslo" i spill både for å reise utstillingen, videreutvikle lokalidentiteten og oppfordre til politisk handling. "Oslo" som begrep kom derfor til å referere til flere sammenhenger i rammen av Vi kan-utstillingen. På grunnlag av dette kunne utstillingen føre sammen flere betydninger av "Oslo", og konstruere et bilde av en ny og moderne by i fremgang. Det overblikket over utviklingen som ble skapt ved å samle bedrifter og offentlige myndigheter til en felles mønstring av hele bysamfunnet, skapte grunnlag for en ny forståelse av Oslo. Dette var å skape en ny identitet.

### Tre konstruksjoner for Oslo

Arrangørene ønsket å mønstre hele bysamfunnet, og Platou skrev i innbydelsene om å delta at utstillingen var en "Oslosak".<sup>500</sup> " Med begrepet "Oslosak" som begrunnelse for utstillingen kunne den favne bredt om alle virksomheter og hensyn som var til fordel for byen. Bedrifter i håndverk og industri var allerede selvskrevne, men og bank- og forsikringsselskaper ble nå også invitert til å delta, noe de også gjorde. Med samme begrunnelse ble Oslo kommune invitert. Denne totale mønstringen ble begrunnet utfra to hensyn: Gode vekstvilkår for næringslivet og økt turisttrafikk. Platou mente at befolkningen måtte se at byen hadde et velfungerende næringsliv som kunne betjene innbyggernes behov. Arrangørene ønsket at kommunen måtte se det samme, og forstå verdien av gode vekstvilkår for næringslivet. Turister skulle bli klar over alt det som Oslo hadde å by på, slik at byen kunne bli et populært reisemål. Oslo hadde i motsetning til andre byer ikke hatt noen egen utstilling, og byen måtte nå "kjenne sin besøkelsestid" og etablere seg som turistmål, mente Platou. Den brede mønstringen av bysamfunnet gjorde utstillingen til en "Oslo-sak".

Et tydelig uttrykk for samfølelse var bruken av ordet "vi". Det betegnet byens befolkning som hadde skapt sin egen utstilling. Karakteristisk nok het også vinnerutkastet til den arkitektoniske utformingen "Vi". I navnevalg og omtaleformer lå det derfor en gjensidig virkning som bidro til å konstruere dette "vi" som var en forutsetning for at utstillingen og ambisjonen om hele byen i samarbeid skulle være et realistisk mål. I relasjon til "Oslo"

---

<sup>499</sup> Vi kan-bladet nr. 2, s. 1.

<sup>500</sup> OHIF-arkivet, mappe: 1. Utstillingen 1938 31/12-35, diverse innbydelsler til å tegne økonomiske garantier.

innebar "vi" både samhörighet på tvers av de skillelinjer som eksisterte, samtidig som dette fellesskapet var en forutsetning for et felles ansikt utad mot omverdenen. Morgenbladet trykket et intervju med Rolf Stranger 7.mai 1938, og skrev at ved åpningen ville han og de andre involverte "snekkere, arkitekter, utstillere og gartnere, restauratørene og vaktmennene, allesammen ha den følelsen at nu har vi, VI, laget denne utstillingen ferdig".<sup>501</sup> "Vi" var her strengt tatt bare knyttet til de som arbeidet med utstillingen, men gir uttrykk for samarbeid. "Vi" kunne også referere tydeligere til hele byfellesskapet slik det klart gjorde da Platou holdt tale under åpningsbanketten: "Vår generasjon er blitt glad i sin by, og for hver stor oppgave vi løser vil kjærligheten til byen øke. Rådhuset, Vigelandsparken og Fornebo [sic] flyveplass er slike opgaver." Den nye bypatriotismen kunne skapes gjennom felles byggeprosjekter som var uttrykk for fellesskapet. Vi kan-utstillingen var en lokal utstilling, og Platou mente fordelene var "at den bidrar til å styrke kjærligheten til byen."<sup>502</sup> Folk i Oslo kunne dermed være stolte av sin egen by, og dette åpnet opp for at "vi" kunne få et ansikt utad mot omlandet og fremstå som en hovedstad.

"Hovedstadsideen" betegnet både en indre og ytre integrasjonsprosess for Oslo. Begrepet kom fra Rolf Stranger som var propagandaansvarlig for utstillingen, og var ment for å styrke selvfølelsen blant Oslos befolkning. Samtidig skulle det skape forsoning mellom by og land, og Myrvang mener det var en av hovedambisjonene med utstillingen.<sup>503</sup> Imidlertid nevnes da ikke det parallelle arbeidet som skulle lære befolkningen i Oslo at byen hadde noe vise frem. Stranger mente at byen hadde hatt et "mindreverdighetskompleks" som hadde hindret den i å lage "propaganda for sig selv, for sitt eget ansikt, for hovedstadsideen." Den nye følelsen av patriotisme gjorde at også Stranger nå kunne bruke betegnelsen "vi" for å omtale problemet for Oslo: "vi er redde for å stikke oss frem, redde for at vi skal virke hovedstadsmessige og overlegne på folk fra andre kanter av landet, og derfor går vi og later hånt om å reklamere for oss selv." Stranger argumenterte for at innbyggerne egentlig var "skrekkelig stolte" og "fryktelig glad" i byen, og at det var lett å merke "hvor glad andre blir i Oslo". Vi kan-utstillingen skulle derfor være "en vekker" der Oslo skulle vise seg som "en gjestfri by med mange hyggelige mennesker". For å skape en ytring som gav uttrykk for et "vi", var forutsetningen at byen hadde et positivt selvbilde. Vi kan-utstillingen var et samlende prosjekt som gjorde det mulig å oppfordre hele byfellesskapet om å gjøre et godt inntrykk overfor besøkende til byen.

---

<sup>501</sup> Morgenbladet 07.12.38

<sup>502</sup> Morgenposten, 13.05.38

<sup>503</sup> Myrvang 2004, s. 237, viser til Angell 1994b.

Forsoningen mellom by og land betegnet en ytre integrasjonsprosess. Både utstillingen og byen skulle fungere som en møteplass mellom by og land: ”Her skal land og by feste sammen, her skal land og by sveises sammen til en enhet i erkjennelsen av landets betydning for hovedstaden og omvendt”, uttalte ordfører Trygve Nilsen. Med sitt høye utviklingsnivå skulle Oslo være et forbilde for moderniseringen av landet i enhver forstand.<sup>504</sup> Dette bygget på en overbevisning om at hovedstaden slik spilte en rolle og hadde et ansvar for resten av landet, og Oslo representerte positive utviklingsmuligheter. Kunnskapen om det moderne ville dermed komme resten av landet til gode og det ville skape forsoning. ”Hovedstaden kjenner nemlig også sine forpliktelser overfor landet, og ønsker at det intime bånd som er knyttet mellom land og hovedstaden skal knyttes fastere og fastere”, uttalte ordfører Trygve Nilsen under åpningsbanketten. Dette var en legitim og positiv måte å omtale byens rolle på, som i tillegg kunne gi byen økt anerkjennelse og status. Hovedstadsideen knyttet dermed sammen to prosesser: en for å styrke lokalidentiteten og patriotismen, og en for å skape forsoning mellom by og land. I samtiden var det imidlertid problematisk å forene disse to prosessene.

## Oslo skaper konflikt

Helt siden det ble bestemt at utstillingen i hovedsak skulle være lokal, minnet arrangørene om den saklige begrunnelsen om for liten plass og for store kostnader forbundet med en landsutstilling. Likevel provoserte den selvbevisste Oslo-mønstringen de næringsdrivende i andre deler av landet siden de selv ikke fikk delta som utstillere. Beskyldninger om selvforsyningspolitikk i Oslo ble fremsatt i flere aviser, slik som Porsgrunds dagblad og Handels- og sjøfartstidende. Ingeniør C.E. Berg-Hansen i Porsgrunn, skrev 21.12.37 i Handels- og sjøfartstidende:

På basis av den i flere år praktiserte selvforsyningspolitikk i Oslo, finner jeg det uheldig å avholde en sådan separat utstilling. Det er jo en kjent sak at utenbys bedrifter, med støtte av Oslo formannskap, desavoueres ved anskaffelser til nybygg som har kommunal støtte, og hvor det finnes lignende produksjon innen byen.<sup>505</sup>

Bakgrunnen for denne kritikken var helt reell. Oslo kommune hadde drevet en politikk for selvforsyning som var en parallell til den økonomiske nasjonalismen på 1930-tallet. Ved kommunale innkjøp skulle norske varer ha fortrinn, og byens industri skulle der det var mulig ha preferanse blant de norske igjen.<sup>506</sup> På tross av denne politikken, ble kritikken fra Berg-

---

<sup>504</sup> Angell 1994b, s. 10.

<sup>505</sup> Handels- og sjøfartstidende 29.12.37

<sup>506</sup> Kjeldstadli 1990, s. 201.

Hansen tilbakevist av Platou, i det han nevnte økonomiske rammer og plassproblemer som årsak til at utstillingen i hovedsak omfattet Oslo. Betydningen av selvforsyningspolitikken ble avvist med henvisning til mangel på bypatriotisme:

Importstatistikken viser at selvforsyningstanken er lite utpreget her i Norge, sannsynligvis langt mindre utpreget enn i de fleste andre land. Hvis man statistisk kunde belyse importen til Oslo av håndverks- og industriprodukter m.v. fra andre norske byer og bygder, vil man sikkert også finne at det i Oslo i denne henseende ikke finnes noen som helst antydning til ”bypatriotisme”, og at selvforsyningspolitikken her blir praktisert i langt mindre grad enn av noen annen by i landet.

Selvforsyningspolitikken var altså reell, og fortsatte å skape konflikt. Høydepunktet var den såkalte ”trustsaken” om Farris mineralvann. Arrangørene nektet produsenten av Farris å levere varer til utstillingens restauranter. A/S Farris kalte dette for et ledd i en ”hensynsløs utryddelseskonkurransse”.<sup>507</sup> Begrunnelsen fra arrangørene var at produsenter i Oslo skulle foretrekkes i tråd med utstillingens formål.<sup>508</sup> Saken var oppe i Trustkontrollen der klagen fra A/S Farris ble forkastet.<sup>509</sup> Argumentene fra arrangørene kan virke paradoksale med tanke på hva Platou hadde sagt som svar på beskyldningen fra Berg-Hansen: ”I Oslo Håndverks- og Industriforening er man av den mening at innenlandsk som vel som utenlandsk konkurranse stimulerer den tekniske utvikling av hvert fag og at en vekselvirkning by og land samt by og by imellem, er av stor betydning.”<sup>510</sup> Behandlingen av A/S Farris var ikke egnet til å skape den tiltenkte forsoningen mellom by og land. Derimot viste saken de sterke økonomiske interessene som styrte organiseringen av utstillingen.

Det var mange produsenter av forbruksvarer i flere byer i Norge. De konkurrerte både på det nasjonale og lokale markedet. I en slik sammenheng fikk Oslo-rammen sin egen tyngde og betydning. Utstillingens rolle for å fremme konkurranse og omsetning kan derfor betraktes som et instrument først og fremst til fordel for produsentene i Oslo. I den såkalte temporærhallen var det deltakere fra andre deler av landet med utstillinger av to ukers varighet, men denne deltakelsen var ikke sluppet til med hensyn til noen form for representativitet, men snarere hva som kunne gjøre utstillingen mer attraktiv, eller ”mer skiftende, mer elastisk”. For arrangørene var forholdet til utenbys produsenter som ikke fikk delta derfor underordnet hensynet til det som de selv betegnet som en ”Oslosak”. Arrangører

---

<sup>507</sup> Handels- og sjøfartstidende 12.05.38

<sup>508</sup> Aftenposten 19.05.38. Et interessant forhold i saken er at den aktuelle konkurrenten til A/S Farris i dette tilfellet var Nora Fabrikker A/S hvor Th. Platou var direktør. Han var blitt beskyldt for brukt sin stilling i styret for Vi kan-utstillingen til å oppnå fordeler. I det samme avisoppslaget ble dette tilbakevist, i det han viste til at han ikke hadde hatt befatning med saken i relasjon til Vi kan-utstillingen.

<sup>509</sup> Aftenposten 29.06.38.

<sup>510</sup> Handels- og sjøfartstidende 29.12.37

og aviser fremhevet stadig at andre byer hadde hatt sine utstillinger, og at nå var det Oslos tur til å ta i bruk samme virkemiddel.<sup>511</sup>

Den aktuelle konflikten gikk mellom to private bedrifter. Den kommunale selvforsyningspolitikken viste imidlertid at offentlige og private krefter samarbeidet om å fremme næringslivet. Denne politikken hadde blitt forsterket da Arbeiderpartiet overtok styret av byen i 1934.<sup>512</sup> Arbeidet med utstillingen skulle vise den samme interessen for å støtte næringslivet i byen, og interessen for næringslivet ble formidlet i flere paviljonger.

### ”Jeg vil bli til noe”

Samarbeidet mellom Oslo kommune og Vi kan-utstillingen kom i stand av både praktiske og ideologiske årsaker. Utstillingen trengte kommunens støtte til å opparbeide utstillingsterreng, men de delte også felles oppfatninger om vitenskapens betydning for å løse sosiale problemer. I avdelingen for ”Yrkesopplæring, statistikk og forskning” samarbeidet det kommunale Oslo arbeidskontor og Statens Yrkesopplæringsråd, og med økonomisk støtte fra Sosialdepartementet. Med det populære navnet ”Jeg vil bli til noe” rettet avdelingen seg mot barn og unge for å orientere dem om valg av yrke. Yrkesveiledning var en side ved den nye sakligheten der det gjaldt å velge *riktig* yrke. Tiltakene for barn og unge skulle også tjene interesser til bedrifter som ønsket nye rekrutteringsformer. Avdelingen ”Jeg vil bli til noe” var en subtil argumentasjon for reformer av yrkesopplæringen i møtet med strukturendringer i arbeidslivet.

Industrien fortrengte håndverket og skapte økende spesialisering av arbeidet. Edgeir Benum skriver om hvordan bedrifter klaget over mangel på faglært arbeidskraft. De offentlige skolene tilbød ikke et ensartet undervisningstilbud, og kunne heller ikke gi tilstrekkelig og moderne opplæring. Oslo arbeidskontor hadde i 1932 begynt med psykotekniske prøver utarbeidet av pedagogen Helga Eng for å teste manuelle ferdigheter hos ungdom på en vitenskapelig måte.<sup>513</sup> Dette var et grunnlag for mer formelle kriterier for ansettelse. De moderne formene for rekruttering var også en pådriver for oppløsningen av arbeiderklassens selvrekruttering.<sup>514</sup> Elisabeth Lønnå viser at yrkesvalg ble sett som svært alvorlig siden målet var å kvalifisere seg for en stilling en kunne ha hele livet. Dette fikk foreldre til å støtte tanken om psykotekniske prøver.<sup>515</sup>

---

<sup>511</sup> Morgenbladet 07.05.38

<sup>512</sup> Kjeldstadli 1990, s. 201.

<sup>513</sup> Lønnå 2002, ss. 160-161.

<sup>514</sup> Kjeldstadli 1989, s. 368.

<sup>515</sup> Lønnå 2002, s. 164.

Troen på at vitenskapen kunne løse sosiale problemer var sterk i avdelingen ”Jeg vil bli til noe”. Ingeniør Georg Brochmann var sekretær for avdelingen, og gav ut en bok som også het ”Jeg vil bli til noe”, og som viste det ideologiske innholdet i yrkesveiledningen.<sup>516</sup> Tilskuerne ble anbefalt å skaffe seg boken.<sup>517</sup> Ved formidling på utstilling av vitenskapens betydning kunne arrangørene bevisst fremstille dette som noe annet en belæring.<sup>518</sup> Talsmann for avdelingen var Eiler Krog Prytz som også var formann i det statlige Yrkesopplæringsrådet.<sup>519</sup> ”Med det program avdelingen har satt sig tilsikter den mer å gi impulser enn å proppe med kjennsgjerninger.” Og det er å håpe at den vil svare til sin hensikt, nemlig å trekke ungdommen til sig”. Vandringsen gjennom avdelingen fulgte to linjer som til slutt ble knyttet sammen til et budskap. Den ene tok barn og unge gjennom prosessen med yrkesveiledning. Bilder og installasjoner fortalte om yrkene, og ungdommen kunne gjennomgå psykotekniske prøver slik at de kunne velge *riktig* yrke. Knut Kjeldstadli skriver at ”[m]ens psykoteknikken opprinnelig var tenkt å skaffe rette gutt til plassen, skulle yrkesveiledningen skaffe gutten rett plass”.<sup>520</sup> Den andre linjen viste med kart og plansjer subtile argumenter for modernisering av yrkesopplæringen. Felles for begge linjer i budskapet var at de moderne metodene ville tjene interessene i håndverk og industri. Til slutt ble betydningen av disse næringsgrenene understreket med montasjen ”Forskning er grunnlaget for vår kultur”.<sup>521</sup> Samme sted ble forbildene for yrkesopplæringen vist med to statsskoler i Oslo, Statens Håndverks- og kunstindustriskole og Teknologisk institutt. Målet var å vise håndverk og industri som essensielle virksomheter for den moderne kulturen, og at metodene for rekruttering og utdanning derfor måtte reformeres etter vitenskapelige prinsipper.<sup>522</sup> Tilbudet fra Oslo kommune om psykotekniske prøver var et ledd i disse ønskene om reform, og viste den offentlige interessen for å støtte næringslivet.

---

<sup>516</sup> Brochmann 1938, s. 5. Brochmann skrev i forordet: ”Jeg påtok mig da å skrive en bok for ungdom om de tanker arbeidet med utstillingen ledet mig inn på, og å føre inn praktiske opplysninger om utdanning og yrker.” Boken forteller over flere kapitler om de samme temaer som Brochmann behandlet i avdelingen, og det er derfor rimelig å tro at det han skrev i boken også var det han forsøkte å formidle i utstillingen.

<sup>517</sup> Vi kan-bladet nr. 11, s. 15.

<sup>518</sup> Rydell 1993, s. 96.

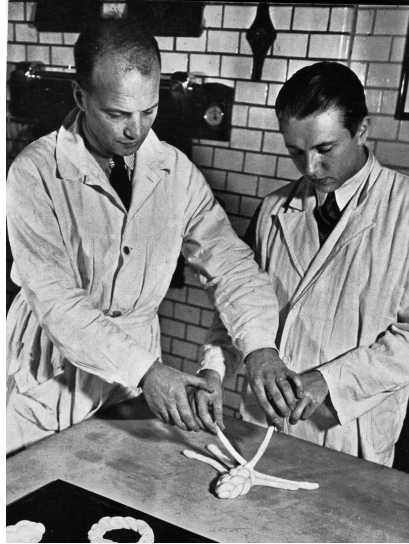
<sup>519</sup> Aftenposten 12.05.38

<sup>520</sup> Kjeldstadli 1989, s. 368.

<sup>521</sup> Brochmann var sekretær for avdelingen, og overskriften i montasjen kan ha vært hans egne ord. Likheten med hva han skrev i boken om vitenskap og kultur er åpenbar. ”Hele den moderne vitenskap og hele vår moderne kultur, kan vi si, er bygd på forskning og videnskapelig tenkning. [...] Alt det vi kaller moderne teknikk er utelukkende bygd op på forskningen og den videnskapelige tenkning [...]”, se Brochmann 1938, s. 121.

<sup>522</sup> Psykoteknisk institutt hadde vært omstridt og under debatten i Oslo bystyre om psykoteknikk ved Oslo arbeidskontor i 1931, kom kritikken fra både høyre- og venstresiden., se Lønnå 2002, s. 160-161. Motstanden mot de moderne metodene kan ikke ha vært glemt da E.K. Prytz viste til at også andre byer nå hadde tatt i bruk psykotekniske prøver, og at disse ”har vært drevet på en så skjønnsom måte at arbeidslivets egne folk omfatter dem med stor tillit.” se Arbeiderbladet 20.07.38.





”Bakingen drives videnskapelig ved Teknologisk institutt”, skrev Georg Brochmann til dette bildet i boken ”Jeg vil bli til noe”. Troen på vitenskapen var sterk! Kilde: Brochmann 1938, s. 109.

## Samarbeid for en ny identitet

Ideene som kom til uttrykk i ”Oslosak”, ”vi” og ”hovedstadsideen” hadde et formelt grunnlag i samarbeidet mellom Oslo kommune og Vi kan-utstillingen. Initiativet fra de private kreftene åpnet en mulighet for kommunen til fronte egne politiske ideer. Samarbeidet med Oslo kommune foregikk på flere plan. Helt siden 1933 hadde kommunen vært involvert, og på dette tidspunktet var kommunen styrt av Høyre, men overgangen til Arbeiderpartiet i 1934 fikk ingen praktiske følger for samarbeidet. Ordføreren i Oslo var utstillingens president. I januar 1934 hadde formannskapet bevilget penger til å påbegynne arbeidet med utfylling av utstillingsarealet og opparbeidelse av strandpromenaden, og OHIF fikk bruke arealet vederlagsfritt. Samme år stilte kommunen kr. 250 000,- som en sekundær økonomisk garanti.<sup>523</sup> Et praktisk samarbeid om lokalisering var nødvendig, men ved å stille økonomisk støtte viste kommunen samtidig at den hadde tro på effektene av utstillingen. Borgermester Hartmann skrev sin innstilling til formannskapet i januar 1934:

Jeg er på det rene med at det er av stor betydning for Oslo å realisere den foreliggende utstillingsplan så sant det kan skje med økonomiske ofre fra kommunens side som står i rimelig forhold til de fordeler som byen kan vente av en sådan utstilling. Den vil således ha meget reklameverdi og dessuten skaffe midlertidig beskjeftigelse for mange.<sup>524</sup>

---

<sup>523</sup> Eskeland 1939, s. 21.

<sup>524</sup> Eskeland 1939, s. 16.

Begrunnelsen bygget på argumentene om reklame og sysselsetting på samme måte som andre hadde gitt sin støtte til utstillingen i 1932.<sup>525</sup> Faktisk var tilliten til arrangørene så stor at kommunen aldri hadde noen aktiv rolle i selve organiseringen av utstillingen. Anerkjennelsen fra Oslo kommune var snarere et ønske fra arrangørene for å sikre arrangementet nødvendig tillit hos sine samarbeidspartnere. Helt fra begynnelsen var ønsket OHIF at Oslo kommune skulle delta som utstiller. Men Oslo kommune oppfattet dette kun som å stille ut sine egne bedrifter innenfor håndverk og industri. Et mer politisk innhold fikk deltakelsen fra kommunen først da paviljongene skulle planlegges i detalj i 1937.

Til dette planleggingen nedsatte kommunen en komité med ordfører Trygve Nilsen som formann. Arkitekt Knut Knutsen skulle bistå kommunen, og han foreslo at rammen for hva som skulle stilles ut ble utvidet. ”Når Oslo kommune skal lage en avdeling på Håndverks- og industriutstillingen må hovedhensikten være å gi publikum et bredest mulig bilde av den kommunale virksomhet og av de myndigheter som styrer denne.”<sup>526</sup> Knutsen skrev dette som innledning til en lengre utredning der han skisserte hovedtrekkene for kommunens utstilling, og trakk frem hvilke sammenhenger som særlig burde vektlegges i fremstillingen. Disse forslagene ble godtatt av Oslo kommune og av OHIF, og det ble ikke gjort vesentlige endringer i planene senere. Forslaget fra Knutsen rommet påvirkning fra både utstillingsideologi og hans egne politiske oppfatninger.

Utstillinger skulle som regel gi en mest mulig fullstendig fremstilling av det som ble vist frem fordi dette ble betraktet som sannheten.<sup>527</sup> Dermed kunne ikke en enhet som kommunen begrense seg til å være representert med kun noen få utvalgte virksomheter. Arkitekt Knut Knutsen skrev videre om sitt planforslag til Oslo kommune:

Det må være et lite kursus i kommunalkunnskap. [...] Å utstille bare de kommunale bedrifter som driver håndverk og industriell virksomhet vil gi et fullstendig skjevt bilde av Kommunens arbeide, som i allfall på det nuværende tidspunkt av samfundsutviklingen hovedsakelig er av uproduktiv art.<sup>528</sup>

På denne måten målbar han tre av utstillingsideologiens sentrale ideer. ”Et lite kursus” var ambisjonen om å opplyse, ”et fullstendig skjevt bilde” viste til ønsket om hele representasjoner, og ”det nuværende tidspunkt av samfundsutviklingen” viste til en oppfatning av utviklingen der ulike enheter beveger seg med ulikt tempo mot et felles mål.

---

<sup>525</sup> Se kapittel 2 Et tiltak i krisetid.

<sup>526</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, se dokument ”Oslo Kommunes avdeling på ”Vi – Kan” utstillingen 1938.”, s. 1. Dokumentet som er skrevet av arkitekt Knut Knutsen kalles heretter ”arkitekt Knutsens utredning”.

<sup>527</sup> Ekström 1994, s. 41.

<sup>528</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 1.

Knut Knutsen var klar over at det måtte gjøres et utvalg blant det som skulle bli representert, men brukte likevel uttrykksmåten ”et fullstendig billede av et bysamfund” om en del av utstillingen. Politiske oppfatninger kan også ha motivert Knutsen til å vise sosialpolitikk. Knutsen var sosialist, og ”hans politikk ble et spørsmål om de menneskelige relasjoner og om individets plikt til å arbeide for fellesskapet.” Han hadde også engasjert seg i Østkantutstillingen som arbeidet for ”å skape nye og bedre livsvilkår for arbeiderklassen”.<sup>529</sup> Utformingen av paviljongene for Oslo kommune gav Knutsen en mulighet å arbeide for sine politiske oppfatninger.

Ønsket om å vise hele kommunens virksomhet ble delt av arrangørene. I åpningstalen viste Platou til alle de områdene der kommunen medvirket siden byen var både handels-, industri- og sjøfartsby, og finanssentrum, og det var derfor ”innlysende at kravene til hovedstadens administrasjon blir store.”<sup>530</sup> Den store paviljongen ville ”gi uttrykk for kommunens dominerende stilling i byens liv.”<sup>531</sup> Arrangørene viste at de betraktet kommunen som en viktig forutsetning for næringslivet. Administrasjonen i Oslo kommune drev også med velferdsordninger. Overblikket over kommunens virksomhet som i utgangpunktet ikke skulle være politisk, ble slik en forutsetning for å agitere politisk for de nye velferdsordningene. Det opplysende og saklige ble blandet med det agiterende. Den danske avisen Berlingske tidende bemerket at ”Oslo kommunes utstilling er også pedagogisk, eller rettere sagt *agitatorisk*.”<sup>532</sup>

Sosialpolitikk og lokalidentitet kunne ikke lenger skilles klart etter som utstillingen gjorde disse til en del av samme fremstilling og dermed samme politikk. De sosiale tiltakene var et symbol for Oslo. I utstillingskomiteen var det stemning for Knutsens forslag, og borgermester Hartmann var enig siden i at kommunens virksomhet hadde økt betraktelig i omfang i løpet av de siste årene.<sup>533</sup> Det var denne prosessen som nå skulle konsolideres gjennom en bred popularisering av politikken. Samtidige amerikanske utstillinger ble brukt av president Roosevelt til å samle oppslutning om New Deal.<sup>534</sup> Samarbeidet mellom offentlige og private krefter var den ideologiske rammen i det budskapet som både i USA og Norge ble fylt av troen på at det var mulig å planlegge seg ut av krisen til et rasjonelt samfunn. På Vi kan-utstillingen skulle arbeidet for en lokalidentitet få innhold fra ideen om Oslo som et sosialpolitisk avansert forbilde for hele landet.

---

<sup>529</sup> Tvedten og Knutsen 1982, s. 13.

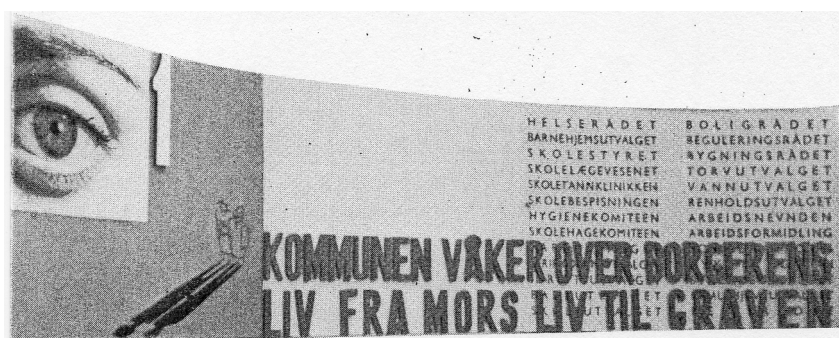
<sup>530</sup> Arbeiderbladet, 13.05.38

<sup>531</sup> Arbeiderbladet, 13.05.38

<sup>532</sup> Nationen kommenterte det samme: ”Inne i paviljongen møter vi partipolitikk i store fotomontasjer [...]”, se Nationen 14.05.38.

<sup>533</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, brev fra Oslo kommune, Borgermesteren 23.11.37 til ”Komiteen for Oslo kommunes deltakelse i ”Vi – kan” utstillingen 1938”.

<sup>534</sup> Rydell 1993, s. 118.



Fra innsiden av den største paviljongen til Oslo kommune. Bilde: Byggekunst 1938.

## Politisk agitasjon

Samarbeidet mellom Vi kan-utstillingen og Oslo kommune skapte en arena hvor de politiske ideene for en et nytt fellesskap og lokalidentitet kunne formidles. De sosiale tiltakene skulle bli oppfattet som et vesentlig trekk ved byens identitet. Rolf Stranger skrev i utstillingskatalogen: "[...] Oslo kommune arbeider målbevisst for å lette kårerne for dem som er i nød. Her møtes vi ikke av noen skrikende fattigdom, slik som vi ofte ser den i Europas storbyer."<sup>535</sup> Den høye sosiale standarden ble brukt aktivt i turistreklamen.<sup>536</sup> Et eget hefte var planlagt samtidig med utstillingen. Dette kom ut året etter som "Sociale tiltak i Oslo". I innledningen sto det: "En bys og et lands høie sociale nivå er idag attraksjoner av den største betydning. På dette område er den norske hovedstads innsats så imponerende og gjennomgripende at den avtvinger den største beundring ute og hjemme."<sup>537</sup> Oslo ble kjent for sine sosiale tiltak, og det var mulig å spore motivene i den konstruerte lokalidentiteten både i Norge og i utlandet etter krigen.<sup>538</sup> Dette er undersøkt av Edgeir Benum, og hans modell for lokalidentitet på 1950-tallet kan derfor brukes for en analyse av 1930-tallet. Benum skriver at byidentitet i Oslo i 1950-årene var konsentrert om tre motiver: "livet i naturen", "byen som sosial foregangsby" og "byen som kunstnerisk attraksjon".<sup>539</sup> Det sosialpolitiske arbeidet fikk en bred presentasjon for første gang for Oslos egen befolkning på Vi kan-utstillingen.

Oslo kommune deltok med tre paviljonger. En stor bygning i to etasjer hadde en gjennomgang av byens historie, kommunens administrasjon, bedrifter, velferdsordninger, en

<sup>535</sup> Katalog og Oslofører Håndverks- og industriutstillingen i Oslo 1938, s. 41.

<sup>536</sup> Kjeldstadli 1990, s. 360.

<sup>537</sup> Sociale tiltak i Oslo 1939, s. 5. Da Oslo kommune deltok på New York-utstillingen i 1939 var boken oversatt til engelsk med tittelen "Social work in Oslo".

<sup>538</sup> Benum 1992, s. 47

<sup>539</sup> Benum 1992, ss. 47-50.

egen bygning viste kommunens boligbygging i regi av OBOS, og på en flåte i Frognerkilen lå en paviljong som fortalte om friluftsliv. Denne inndelingen svarte til to av motivene i lokalidentiteten som Benum nevner: ”Byen som sosial foregangsby” og ”livet i naturen”.<sup>540</sup> Motivene var en delvis realitet med de tiltakene som allerede var i gang. Samtidig ville Oslo kommune skape og befeste disse motivene hos tilskuerne. De kulturelle aspektene i lokalidentiteten ble politisk virkende krefter for Oslo kommune. Det er karakteristisk for denne utstillingsformen hvordan den forente fakta og visjoner.<sup>541</sup> Paviljongene til Oslo kommune gav en beskrivelse av en politisk ambisjon. For å popularisere denne ble paviljongene bygget opp som en fremskrittfortelling.

Historien ble brukt til å mobilisere tilskuerne for tilslutning til det politiske prosjektet til Arbeiderpartiet. Alzén har kalt en slik type formidling og agitasjon for en monumentalistisk bruk av historien etter inspirasjon fra Nietzsche. En felles fortid kan dramatiseres for å skape samhold og kollektiv identitet hos nasjoner og grupper.<sup>542</sup> Paviljongene fra Oslo kommune kunne styrke den lokale selvfølelsen ved å vise hvordan Oslo hadde nådd fram til dagens utviklingsnivå.<sup>543</sup> Deretter kunne kommunen bygge videre og vise fremtiden. Agitasjonen begynte allerede på utsiden av paviljongen. Oslo kommune hadde fått kunstneren Aage Storstein til å dekorere en vegg på utsiden av den største paviljongen. Dette viste kong Kristian 4. til hest og en arbeider. Som kjent skulle utstillingen ikke ha noe politisk innhold, og bildet hadde derfor vært omstridt.

Innholdet i bildet ble oppfattet som politisk agitasjon. Aftenposten kritiserte Arbeiderpartiet for å drive agitasjon når de skulle representere byen. Ifølge Aftenposten var det Dagbladet og Arbeiderbladet som først hadde fortalt hva dekorasjonen hadde som budskap. Utkastet til bildet skulle i følge Nationen

forestille den gamle og den nye tid”. Til venstre [...] ser vi den privilegerte embedsstand uttrykt i en rytterskikkelse som tramper arbeiderne ned. Til høyre ser vi arbeideren, dagens mann. Det er ham som har bygget den nye tid, og under sin hæl trækker han ned embetsstanden og kapitalismen.<sup>544</sup>

Nationen mente at det både ”fra malerens og kommunens side lå det her en så tydelig agitasjon for arbeiderpartiet at selv folk innen det samme parti følte seg skamfulle over en slik

---

<sup>540</sup> Det tredje motivet om byen som ”kunstnerisk attraksjon” var også forsøkt ivaretatt på utstillingen med en egen paviljong for kunst. Denne hadde imidlertid ikke noe med deltakelsen fra Oslo kommune.

<sup>541</sup> Alzén 2002, s. 7 og s. 10.

<sup>542</sup> Alzén 2002, s. 8.

<sup>543</sup> Alzén 2002, s. 9.

<sup>544</sup> Nationen 05.05.38

fremgangsmåte.”<sup>545</sup> Ordfører Trygve Nilsen var som nevnt formann i utstillingskomiteen i kommunen, og han viste til at bildet var godkjent der. ”Efter komitéens opfatning symboliserer kunstneren med det den utvikling som har funnet sted”.<sup>546</sup> Nilsen mente kritikken fra Aftenposten og Morgenbladet var ment å ramme kommunen, men i stedet hadde skapt problemer for Vi kan-utstillingen og arrangørene. Bildet skulle derfor bli endret, ”dog således at dets idé bibeholdes”.<sup>547</sup> Symbolet på embetstanden under hælen på arbeideren ble overmalt.<sup>548</sup> Men muligheten til bruke historien monumentalistisk ble beholdt siden utviklingen fra kong Kristian 4. til arbeideren var illustrert. Tilskuerne som besøkte paviljongene kunne se innvendig hva utviklingen hadde ført med seg, og hvilke muligheter Oslo kommune hadde med den nye politikken fra Arbeiderpartiet.



Den største av paviljongene fra Oslo kommune. Dekorasjonen er det omstridte bildet av Aage Storstein. En gangbro forbandt paviljongen på andre siden som viste boligutstillingen. Legg merke til at nesten alle menneskene på bildet er pent kledd. Tilhørte de middelklassen? Bilde: Byggekunst 1938.

Historien tjente her som referansepunkt og sammenlikning.<sup>549</sup> Dette gjaldt utviklingen av kommunens administrasjon; menneskets gang gjennom velferdssystemet fra barn til alderdom, boligbygging fra tomtevalg til ferdig boområde og friluftsliv fra fortidens private stengsler til fremtidens frie ferdsel. Kronologien var et pedagogisk virkemiddel med en lettfattelig logikk for å forstå utviklingen i byen. Historien viste at det gikk stadig bedre, og

---

<sup>545</sup> Nationen 05.05.38

<sup>546</sup> Nationen 05.05.38

<sup>547</sup> Nationen 05.05.38

<sup>548</sup> I den opprinnelige ideen omfattet også embetstanden en prest og en borger med flosshatt.

<sup>549</sup> Alzén 2002, s. 9.

den beskrivende kronologien ble i seg selv til et argument for at Arbeiderpartiets politikk skapte en lysere fremtid. Fremskrittsfortellingen var felles med flere av de andre paviljongene på utstillingen som viste hvordan varer og tjenester ble produsert i håndverk og industri.

Fremskrittsfortellingen skulle også styrke tillitten til det politiske systemet ved å gi befolkningen tilbake troen på fremtiden. Utstillinger i USA var et redskap for regjeringen til å fortelle en historie om fremskritt.<sup>550</sup> Å vise hvordan det offentlige hjalp befolkningen gjennom velferdsordninger var det ideologiske budskapet som skulle svare til alle amerikaneres forhåpninger om å overvinne sosiale og politiske problemer.<sup>551</sup> Oslo kommune viste hvordan de møtte den sosiale krisen med sosiale tiltak for alle. Å spre kunnskap om dette skulle skape optimisme. Fremstillingen kunne da gjøre fremtiden både til en visjon og realitet.<sup>552</sup> De sosiale tiltakene ble presentert både som realiteter og planer.

I den første delen av paviljongen var det laget et overblikk over Oslos administrasjon, og dette var ”nøkkelen til hele den øvrige utstilling.”<sup>553</sup> Det formelle og administrative grunnlaget for et moderne samfunn ble vist fram for å styrke forståelsen for systemet. Tilskuerne skulle se ”den veldige administrasjon som skal til for å styre et så stort og innviklet maskineri som en moderne bykommune er.” De ansatte og folkevalgte i ulike etater og organer skulle vises på fotografier mens de var i arbeid. Folket i valg skulle også avbildes. ”Derved skulle man få et fullstendig bilde av et bysamfund, styrt etter moderne demokratiske prinsipper.”<sup>554</sup> Dette var basis for de ordningene som resten av utstillingen kunne fortelle om. I annen etasje var en gjennomgang av velferdsordningene slik som helsearbeid, parker, skoler, Oslofrokost, fritidstilbud, yrkesopplæring og sosial omsorg. Alle brukte tekst, fotografier og statistikk for å opplyse om seg selv. Den saklige informasjonen ble brukt til å agitere politisk for det offentliges ansvar for sosiale tiltak. Knutsen viser dette eksplisitt i en særlig ideologisk beskrivelse av planene for Forsorgsvesenet og husvilleherbergene som

viser Kommunes arbeide for å hjelpe de vanskeligstilte mennesker. Det er av betydning å få fremstillet det som samfundets enkle plikt å sørge for disse folk til man når frem til en samfundsmessig kontroll av produksjonen, som forhindrer at enkelte befolkningsgrupper uforskyldt rammes av økonomiske kriser som truer dem med sultedøden.<sup>555</sup>

---

<sup>550</sup> Rydell 1993, s. 150.

<sup>551</sup> Rydell 1993, s. 153.

<sup>552</sup> Alzén 2002, s. 7.

<sup>553</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 3.

<sup>554</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 3.

<sup>555</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 7.

Agitasjonen satte også normer for målene med politikken. Hygiene var et gjennomgangstema i flere av de sosiale tiltakene, og dette avpolitiserende tilsynelatende budskapet fra Oslo kommune. En slik prosess er undersøkt av Ylva Habel som har skrevet om Stockholmsutstillingen i 1930. Her var hygiene det sentrale begrepet i en estetisk-sanitær retorikk som handlet om fornyelse på flere felt i samfunnet.<sup>556</sup> Når sosiale forhold ble sett som hygieniske og estetiske spørsmål ble de avpolitisert.<sup>557</sup> Oslo kommune knyttet særlig hygiene til Oslofrokosten, økt bruk av elektrisitet og boligsak. I ernæringsspørsmål var Oslofrokosten en pionerprosjekt for *rett* kosthold<sup>558</sup> En liten kino viste ”propagandafilm for elektrisitetens anvendelse i hjemmet”. Elektrisitet ble fremstilt ikke bare for økt forbruk, men også *rett* bruk. Sosial boligbygging var et ble fremstilt som et spørsmål om å bo *rett* for bedre helse.

### Bolighygiene for Osloidentitet

Boligsaken var blant de viktigste sosialpolitiske spørsmål i mellomkrigstiden. Dårlige boliger ble sett som en vesentlig årsak til sosial nød, og boligbygging var svært ressurskrevende. Boligavdelingen var i en egen paviljong og ble laget i samarbeid med OBOS og Oslo arkitektforening. OBOS var forkortelse for Oslo Bolig og Sparelag, og var blitt opprettet i 1935 av Oslo kommune for å arbeide for sosial boligbygging.<sup>559</sup> I boligavdelingen fikk boligsaken en helhetlig fremstilling som prosess og mål. Oslo kommune opplyste om fordelene med offentlig styring av boligbygging gjennom OBOS, og hva dette kostet for beboerne. Økonomien la begrensninger på boligstandarden. Hygienetenkningen kom til uttrykk i den funksjonalistiske arkitekturen for de nye boligene og med moderne teknisk utstyr. Planer for nye bydeler med frittliggende lamellbebyggelse fremfor gamle lukkede kvartaler med karrébebyggelse, ble også presentert som et funksjonalistisk tiltak for hygiene. Oslo kommune og OBOS normerte på dette økonomiske og ideologiske grunnlaget hva som var en akseptabel boligstandard og bymiljø.

Budskapet ble også her formidlet gjennom historie, statistikk, bilder og figurer. Knutsen ville ikke ha en ”redsels-kampanje, men forsøke så nøkternt som mulig å fremstille forholdene.”<sup>560</sup> Utstillingsideologiens ønske om oversikt over utviklingen åpnet også her for den politiske agitasjonen. Hygienetenkningen med sin estetisk-sanitære retorikk var normerende diskurser som pekte på det umiddelbart synlige og merkbare, og dermed

---

<sup>556</sup> Habel 2006, s. 8.

<sup>557</sup> Habel 2006, s. 9.

<sup>558</sup> Lyngø 2003, s. 115.

<sup>559</sup> Annaniassen 1991, s. 195.

<sup>560</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 12.



avpolitisererte komplekse sosiale spørsmål.<sup>561</sup> Ulike politiske løsninger kunne fremstilles som ”rent” og ”urent, og der målet med retorikken var å sanere, å gjøre rent. Utstillingene var særlig egnet til denne argumentasjonen siden de skulle vise fakta og forbilledlige og avskrekkende eksempler.<sup>562</sup> Det er mulig å at utstillingene bidro her til en ny optikk, en ny måte å se problemene på.

Boligen som problem og løsning ble trass i Knudsens ønsker, formulert i avskrekkende ordelag: ”Det er lettere å drepe mennesker med en dårlig bolig enn med øks”.<sup>563</sup> En plansje stilte spørsmålet: ”Hva betyr boligen for helsen?”, og viste til at ”i de områder hvor boligtettheten er størst, og også dødeligheten og sykkeligheten størst.”<sup>564</sup> I Oslo var det henimot 25 000 ettværelsesleiligheter derav er 10 000 overbefolket.<sup>565</sup> Økonomien styrte størrelsen på det kommunale engasjementet i OBOS, og den glidende overgangen mellom informasjon og agitasjon kom frem hos Knutsen. ”Ved hjelp av enkle regnestykker for de forskjellige grupper søkes å gjøre rede for de kooperative selskaper, og i det hele tatt fordelene ved offentlig kontroll over byggevirksomheten.”<sup>566</sup> En annen plansje kunne fortelle: ”Kooperativ boligbygging betyr: Synkende husleier i fremtiden, større samfundsmessig innflytelse på boligmarkedet.”<sup>567</sup> For privat boligbygging ble det illustrert at det var stikk motsatt. Slik ble trangboddhet og spekulasjonsbygg i fortiden satt opp mot fremtidens muligheter ved offentlig regulering av boligbyggingen og bruk av moderne teknologi.

Sammenhengen mellom kostnader og den nye standarden for hygiene ble illustrert. I oversikten ”Renter, avdrag og driftsutgifter på utstyrgjenstander” viste alle former for teknisk utstyr som den nye standarden omfattet, bl.a. elektrisk komfyr, vannklossett, badekar, centralvarme og elektrisk vaskeri og rulle. Dette var viktige materielle forbedringer for bedre hygiene, men tiltakene var så kostbare at det måtte argumenteres for nytten av dem. Det var ofte bare fagarbeidere med fast lønn eller folk fra middelklassen som før krigen hadde råd til bo moderne.<sup>568</sup> Utstillingen ville overbevise alle om at det nye var best, og satte det nye opp mot fortidens innretninger som ”vedfyring, ukentlige bad for en familie og koksfyling.

Det søkes i denne avdeling å vise hvor lite det er man kan spare [sic] ved å redusere på den tekniske innredning i leilighetene ved å sette opp mot hverandre utgiftene til en

---

<sup>561</sup> Habel 2006, ss. 8-9.

<sup>562</sup> Habel 2006, s. 9.

<sup>563</sup> Byggekunst, årgang 1938, s 158.

<sup>564</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, blå mappe: ”Vi Kan”-utstillingen 1938, skisse nr. 6.

<sup>565</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, blå mappe: ”Vi Kan”-utstillingen 1938, skisse nr. 5.

<sup>566</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 13.

<sup>567</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, blå mappe ”Vi Kan”-utstillingen 1938, skisse nr. 10.

<sup>568</sup> Anniansen 1991, ss. 201-202.

centralisert forsyning og til en privat. Herunder må også fremholdes de fordeler man har ved å slippe å bære ved, stadig å ha varmt vann i springen etc.<sup>569</sup>

Alle regnestykkene var forutsetningen for å presentere planer for moderne leiligheter som var forutsetningen for et nytt bomønster. Igjen beveget planene for de nye boligene seg fra rasjonelle økonomiske argumenter til normering av planløsninger og bomønstre. Spørsmålet som ble stilt var ”Hvilke boligtyper er best og billigst? For hver leilighet var det oppgitt ”anleggssum” og ”leie”.<sup>570</sup> Oslo kommune og OBOS ønsket å tilby alle boligsøkende i Oslo var en funksjonell leilighet som ivaretok alle hensyn til hygiene og sunnhet. Leilighetene skulle være orienterte etter solen, og med gode muligheter for gjennomlufting. En sterkt spesialisert planløsning delte inn boligens ulike funksjoner med egne rom for kjøkken, soverom og bad. Det ble regnet som et fremskritt i boligstandard å få sitt eget bad og soverom, men de nye leilighetene innførte dermed nye bomønstre som kunne være uvante for folk fra både arbeiderklasse og middelklasse. I de funksjonalistiske boligene var normen at beboerne verken skulle vaske tøy på badet eller spise på kjøkkenet. Opplysning om det nye bomønsteret var derfor nødvendig sett fra boligreformatorenes ståsted.

Ulike plantegninger ble en visuell argumentasjon for funksjonalistiske leilighetstyper. I hvert planforslag ble ”[d]e viktigste rum i en leilighet gjennomgås med forklarende tekst, f. eks. stue, kjøkken, soverom, bad, w.c.”<sup>571</sup> De forklarende tekstene sammenliknet orienteringen mot solen og muligheten til gjennomluftning. Fremstillingen skulle vise ”fordeler og mangler” ved leilighetene og det var nødvendig ”å bruke gjengse ting slik at folk kjenner seg igjen og har lett for å forstå bemerkningene”.<sup>572</sup> Denne fremstillingen var en normering av boligstandard etter boligplanleggenes egne idealer om hygiene. Etnologene Jonas Frykman og Orvar Löfgren skriver om progressive boligideer i mellomkrigstidens Sverige. ”Granskar man argumenten även bland de progressiva nytänkarna finner man att moral og vetenskap ofta blandas samman på ett omedvetet sätt.”<sup>573</sup> Samlet sett var boligutstillingen et politisk manifest for offentlig sosial boligbygging i funksjonalismens tegn. De nye boligene var de minste byggesteinene i planen for det fremtidige Stor-Oslo.

---

<sup>569</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 13.

<sup>570</sup> Byggekunst, årgang 1938, s. 162.

<sup>571</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 14.

<sup>572</sup> Oslo Byarkiv, Boks Dd-0181, arkiv: Byarkitekten, arkitekt Knutsens utredning, s. 14.

<sup>573</sup> Frykman og Löfgren 1985, s. 127.

# HVILKE BOLIGTYPER ER BEST OG BILLIGST ?

**ANLEGGSSUMMENE ER BEREKNET EFTER STANDARD PRISER PÅ ARBEID, MATERIALER, OG TOMT. LEIEN ER BEREKNET UNDER FORUTSETNING AV KOMMUNAL STØTTE. INNSKUDDETS STØRRELSE AVHENGER AV OM KOMMUNEN GIR DIREKTE LÅN.**

**Jo smalere huset er, desto bedre blir boligtypene**

**De smale huse- ne er litt dyrere enn de brede**

**Men de smale husene har enklere bygningskonstruksjoner**

Plantegninger for idealeiligheter fra OBOS. I fremstillingen ble boligstandarden normert med regnestykker for hvor mange personer som kunne bo i hver leilighet. Bilde: Byggekunst 1938

## ”Vi kan, hvis vi vil” – fellesskap og plan

Den brede fremstillingen av den kommunale virksomheten passet godt til de politiske intensjonene i Oslo kommune. Paviljongene skapte en visjon for et fremtidig Oslo. Ved å binde sammen ulike politikkområder som sosial- helse- og utdanningspolitikk med bolig- og arealplanlegging viste kommunen hvilken rolle den selv spilte og appellerte samtidig om innbyggernes støtte til prosjektet. Den nye lokalidentiteten skulle tilsvare egenskapene som byen fikk gjennom politikken, og Oslo kommune brukte utstillingen til skape oppslutning om sitt politiske program, og til å vise hvilke muligheter det gav å handle i fellesskap.

Befolkningen i Oslo ble tiltalt som ”vi”. Da Vi kan-utstillingen åpnet skrev byplansjef i Oslo Harald Hals et lengre innlegg i Tidens tegn hvor han brukte utstillingen som brekkstang for å fronte sine ideer. Artiklen hadde overskriften ”Vi kan hvis vi vil”, og her appellerte han til å slutte opp om planene for videre utbygging av ”Stor-Oslo”. Hals hadde utgitt bøkene ”Fra Christiania til Stor-Oslo” i 1929 og ”Byen lever” i 1933 med var visjoner for hva Oslo kunne bli i fremtiden.<sup>574</sup> Oslo hadde tidligere utviklet seg uten en samordnet plan for byvekst, og etter private utbyggers interesser. Med planen for Stor-Oslo fra 1934 ble visjonene til Hals

<sup>574</sup> Kjeldstadli 1990, s. 380.

forankret i kommunal politikk.<sup>575</sup> Med utstillingen mente Hals at Oslo sto ved en "milepæl", og at det var en anledning til å se fremover.<sup>576</sup> Hals ønsket at byen skulle utvikle seg etter en samlet plan, og tok samtidig opp spørsmålet om sammenslutning med Aker. "Så lenge det ikke er løst vil Oslo risikere å tvinges til en høide og risikere en befolkningstetthet som den tidligere har fordømt."

I denne teksten brukte Hals fellesskapet "vi" til å gi retorisk kraft til sine ideer for Stor-Oslo. Slik knyttet han sammen sine utstillingens egne visjoner, retorikken for lokalidentitet og kommunens politikk. "Vi" ble et flertydig begrep og et av utstillingens retoriske refreng som kunne brukes til å snakke om ulike ting i relasjon til utstillingen. Da Hals skrev "Vi kan hvis vi vil" appellerte han både til "Vi kan" som var utstillingen selv, og til oppslutning fra innbyggernes om politiske spørsmål: "hvis vi vil". Å handle i felleskap etter en plan ble for Hals det avgjørende budskapet å få igjennom til publikum.

Budskapet fra Oslo kommune opererte likevel med en deling mellom "vi" og individets ansvar. Dette skyldtes den estetisk-sanitære retorikken. Ressursfordeling var samfunnets oppgave, hygienen var for den enkelte.<sup>577</sup> Den gjennomgangen som hadde blitt gitt av de sosiale tiltakene fra Oslo kommune hadde hygiene som gjennomgående trekk, og appellen til slutt fokuserte på den enkeltes ansvar. "Men alt sammen avhenger til slutt av den stemmeberettigede borger – hans vilje. Denne utstillingen har gjort nytte hvis du går ut med vilje til å bedre kårene for den neste slekt. Da vil kommunen kunne vise mer neste gang."<sup>578</sup> "Vi" var fellesskapet som den enkelte fikk ansvar for å bidra til med en stemme til Arbeiderpartiet, men også med tro på mulighetene til å forbedre samfunnet gjennom sosialhygiene. Oslo kommune presenterte en politikk gjennom denne retorikken om fornyelse ved sosial boligbygging og andre sosiale tiltak. Hygiene sto som nevnt også for mye av iscenesettelsen omkring de nye forbruksvarene.<sup>579</sup> Det paradoksale er at denne retorikken kunne brukes til å forsterke motsetninger i samfunnet. Skillet mellom rent og urent, sykt og friskt, stygt og pent, ble knyttet til politiske planer og tiltak.<sup>580</sup> Dette viser igjen hvordan verdiene på utstillingen var uttrykk for et kulturelt hegemoni fra middelklassen. Flere utsagn i utenlandske media støtter denne tolkningen av utstillingen som et middelklassefenomen.

---

<sup>575</sup> Kjeldstadli 1990, s. 381.

<sup>576</sup> Tidens tegn 12.05.38

<sup>577</sup> Habel 2006, s. 9.

<sup>578</sup> Arbeiderbladet 13.05.38.

<sup>579</sup> Kapittel 4 Feiring av forbruk.

<sup>580</sup> Habel 2006, ss. 8-9.

## Den pulserende byen for det nye mennesket

Utstillingen skapte grunnlag for mange karakteristikk i utenlandsk presse om Oslo og menneskene der. Journalister fra Norden skrev mange optimistiske tekster som beskrev stemningen på og rundt utstillingen, Oslo, Norge og menneskene. Bare enkelte var kritisk innstilt, og da mest til gjennomføringen av arrangementet eller de utstilte gjentandene, og ikke til selve ideene som var forsøkt formidlet. *Vi kan*-bladet trykket utdrag fra flere av disse tekstene, både som direkte gjengivelser og i norsk oversettelse. Disse avistekstene kan si noe resepsjonen av utstillingen. Men siden tekstene ble trykket i *Vi kan*-bladet som en del av utstillingens selvframstilling, viser at de pekte på vesentlige trekk ved utstillingen som arrangørene var positive til. Dette var forestillinger som ikke var formulert andre steder, men som på en poetisk måte fanget intensjonene med utstillingen.

Det var tre motiver som gikk igjen i fremstillingene: Oslo som en pulserende by økonomisk og kulturelt med energiske og livsglade mennesker, Oslo på vei til å bli en moderne storby og Oslo som en by preget av internasjonale impulser. Alt dette bidro til den stemningen av optimisme som arrangørene gjerne ville skape. Den danske avisen *Politikken* mente utstillingen hadde

sin egen private norske atmosfære, sin egen typiske Oslo-stemning” [med] ”et veldig pust av driftighet, optimisme og livsmot”. [...] Den stemning – jeg våger å kalle den typisk for det moderne Oslo – avføder uvilkårlig en glupende appetitt på livet i alle dets ytringsformer, arbeide og fest.<sup>581</sup>

Nordmenn som besøkte utstillingen gav uttrykk for noe av det samme, og knyttet dette samtidig til motivet om Oslo som et moderne forbilde. *Vi kan*-bladet trykket et leserinnlegg med tittelen ”Noe å tygge på. ”Provinsianer sier sannheter til noen hver”. Skribenten kom fra en småby der ”[o]mtrent alle mennesker kjenner hverandre”. Men når man så, som jeg, kommer til Oslo med hele sin småbys habitus – da er det som plutselig å komme fra et stille tjern til fossens ville stryk.” Utstillingen ble omtalt som Oslo i fortettet form.<sup>582</sup>

Der er viljens kniv som skjærer igjennom materien. Gnister fra industriens esse fyller luften. Det hele går opp i en eneste stor rytme. Stempelslagene som drives av menneskelig vilje og temmede naturkrefter. Og denne mektige organismens fasade er merkantilismen. I estetiske og spirituelle former gir den uttrykk for den indre skapende virksomhet. I vakre montre, formskjønn reklame og gjennom høttalere stormer den inn på en i det syntetiske: *Vi Kan*.<sup>583</sup>

---

<sup>581</sup> *Vi kan*-bladet nr. 4, s. 2.

<sup>582</sup> *Vi kan*-bladet nr. 5, s. 7.

<sup>583</sup> *Vi kan*-bladet nr. 5, s. 7.

Denne fremstillingen knyttet sammen en sterk vilje, maskinromantikk, handel, skaperkraft og reklame. Den suggestive effekten i teksten ble understreket metaforen ”rytme” som ble knyttet til både utstillingen og byen for å gi begge identitet. Oslo hadde gjennom gått endringer siden skribenten hadde besøkt byen ved Jubileumsutstillingen i 1914. ”Den gang var hovedstaden som de øvrige byer – bare større. Nu har den sin egen rytme, raskere og mer hektisk enn det øvrige lands.”<sup>584</sup> Skribenten at landet ”har meget å lære av Oslo og Vi Kan.” Egenskapene til byen lå ennå ”latente” i andre deler av landet, der folk måtte utvikle seg selv. Oslo var forbilde for å skape en ”et sunt og solid materielt grunnlag for sann menneskelykke”.<sup>585</sup>

Moderniseringen medførte tap av nasjonale karaktertrekk, og fornyelse gjennom impulser fra Amerika.

Men byens ansikt har også mistet et karaktertrekk: Det joviale og individuelle, noe av det ekte norske. Byen har ikke så meget av Bjørnson og Grieg som før. Oslo i dag er et lite Amerika. Den siste jazzslager er mer kjent enn Griegs aller norske toneverk. Og en ekte amerikansk short story er langt å fortrekke fremfor ”En glad gutt”.<sup>586</sup>

Kjeldstadli viser at USA var ”sinnbildet på det nye, progressive livet” i mellomkrigstidens Oslo.<sup>587</sup> Svenske journalister var særlig opptatt av å karakterisere de så som uttrykk for noe ”amerikansk”. Den svenske journalisten Gotthard Johansson hadde kalt Oslo for Nordens Chicago.<sup>588</sup> Johansson mente at både amerikanere og nordmenn var preget av ”[å]penhet, naturlighet, hjertelighet, frimodighet, en talende tunge og en kanskje noe naiv selvbevissthet, men også et åpent øre for å ta imot kritikk, og fremfor alt en smittende ungdommelig optimisme. Et annet trekk var at både nordmenn og amerikanere på en gang kunne være både ”hverdagslig og filosofisk”, og at dette virket ”litt underlig på den mer høitidelige svenske”.<sup>589</sup> Nordmannen var ”mere rettlinjert og frittalende enn andre” og liknet derfor amerikanere.<sup>590</sup> Årsaken til denne likheten mente Johansson var at ”Norge og Amerika er unge nasjoner” med ”pionermentalitet”.<sup>591</sup> Johansson snakker her om egenskaper som kan knyttes til den såkalte ”Oslo-tonen”. Kjeldstadli karakteriserer denne ved ”en slags letthet og kjapphet, en uærbødighet overfor alt og alle som grenset mot uforskammethet og kynisme”.<sup>592</sup>

---

<sup>584</sup> Vi kan-bladet nr. 5, s. 7.

<sup>585</sup> Vi kan-bladet nr. 5, s. 7.

<sup>586</sup> Vi kan-bladet nr. 5, s. 7.

<sup>587</sup> Kjeldstadli 1990, s. 243.

<sup>588</sup> Johansson hadde også vært svært entusiastisk for Stockholmsutstillingen 1930, se Rudberg 1999, s. 190.

<sup>589</sup> Vi kan-bladet nr. 8, s. 4.

<sup>590</sup> Vi kan-bladet nr. 8, s. 13.

<sup>591</sup> Vi kan-bladet nr. 8, s. 13.

<sup>592</sup> Kjeldstadli 1990, s. 244.

En samlende metafor for stemningen i Oslo og på utstillingen sommeren 1938 kan være hva en svensk journalist kalte ”det nye mennesket”. I ettertid har denne metaforen også blitt brukt som et bilde på Stockholmsutstillingen 1930.<sup>593</sup> Beliggenheten ved sjøen og sommerstemningen var ikke det eneste likheten mellom de to utstillingene som skapte begeistring. ”Säge vad man vill om Osloutställningen 1938, ett strålande läge har den. Det är något av Stockholm 1930 över den i detta avseende och kanske i andre avseenden också.”<sup>594</sup> Erik Asklund som var journalist i Stockholms Tidningen, bandt sammen motivene av sol, saklighet, sanering og selvtilit som han mente ungdommen gav uttrykk for som ”det nye mennesket”.

#### Oslo i sol

Oslo er en by i opbrudd. Esplanadsystem som risser sin linjer gjennom tre av Skandinavias største byer: Stockholm, Helsingfors, Oslo. Er dette Esplanad Utopia, denne kongsvei til friheten og forbrødringen, menneskelykken og freden, som man kan skimte overalt hvor de hårde fasadene stiller op sin kolde glittrende front i solskinet? Kanskje. Kanskje ikke. Er dette det nye menneske i all dets prakt og herlighet – disse unge menn og kvinner som befriet for alt, uten sin egen uro, nysgjerrig, gjerrig suger trøst og tro i storbyens liv? Kanskje. Kanskje ikke. Men solen skinner over alle.

En dikter ser ut som en disponent eller noe annet saklig og sikkert. [...] Det nye Oslos tro på sig selv og på Norge. [...] Oslo ungdom danser til tonene fra en internasjonal schlager. ”Bland dig i livsfryden, du som fikk være blomst i dens vår” står det på en vegg. Det var gamle Bjørnsons ord. Oslo ungdom ser ut til å ta sig ad notam. Og oppe på den høie masten [...] lyser de to ordene i ildskrift: VI KAN. Og neste dag skinner solen over Oslo. Det er fremdeles den samme glade, hårde og freidige by ved den blå fjord – Oslo i sol.....<sup>595</sup>

Denne fremstillingen av Oslo styrket utvilsomt selvfølelsen hos arrangørene der pressesjef Eskeland uttalte om skrytet fra utlandet: Tåler vi mer nå? De tekstene som han valgte å legge frem skapte likevel et inntrykk av at de sosiale tiltakene i Oslo ennå ikke hadde festet seg som et vesentlig motiv i lokalidentiteten. Et unntak var Karlstad tidning: ”Oslo er en radikal by, det finner man straks ut, men man blir virkelig imponert når man får se hvor stor omsorg den viser og hva den koster på for sine innbyggers velferd og fremgang.”<sup>596</sup> I hovedsak var det likevel næringsliv, hedonisme og de internasjonale impulsene som var fremtredende motiver.

Denne Oslostemningen og de verdiene som ble frontet her var i realiteten ekskluderende overfor andre deler av landet. Helt mot slutten av utstillingsperioden kom

---

<sup>593</sup> Rudberg 1999, s. 15.

<sup>594</sup> Vi kan-bladet nr. 6.

<sup>595</sup> Vi kan-bladet nr. 16, ss. 6-8

<sup>596</sup> Vi kan-bladet nr. 13, s. 10.

”bygdeoriginalen” Mekkel Kavringbakken på besøk til utstillingen, og i et intervju uttalte han seg kritisk til mange de verdiene som bylivet og utstillingen bygget på. Form og innhold på intervjuet kan tyde på at det hele var en iscenesatt spøk, men innslaget viser hvordan Oslo med utstillingen ville fremstå som noe særegent og moderne. Det var et paradoks at utstillingen som skulle virke som et forsonende moderne forbilde kontrasterte forholdet mellom by og land. Verdiene på Vi kan-utstillingen var gjennomgående uttrykk for interessene til middelklassen i Oslo.

### ”Utstillingsommeren”

Økonomisk var Vi kan-utstillingen ingen suksess med et underskudd på over en million kroner. Da utstillingen holdt åpent mellom 12. mai og 18. september i 1938, var det omtrent en million mennesker som hadde vært innom utstillingen. Arrangørene hadde håpet et vesentlig større oppslutning. Dårlig vær ble trukket frem som viktigste årsak til sviktende besøk, men også mangel på bypatriotisme i Oslo. Generalkommisær Mowinckel-Larsen mente folk gikk på utstillingen mest for adspredelse, og at det var mange konkurrerende underholdningstilbud i Oslo. De fleste utstillinger gikk imidlertid med underskudd, og dette viste arrangørene til i etterkant.<sup>597</sup> Ved avslutningen av Vi kan-utstillingen talte Einar Gerhardsen som var viseordfører i Oslo. Han trakk frem at utstillingen hadde vært ”et stykke levende historie om byens arbeidsliv og næringsliv” og ”byens sosiale og kulturelle standard”. Folk ville huske sommeren 1938 som ”utstillingsommeren”.<sup>598</sup> Gerhardsen pekte på to trekk som trolig var sentrale i erfaringen av utstillingen. Det ekstraordinære i byen denne sommeren med det store arrangementet som mange oppsøkte bare for å nyte livet. Samtidig gav han sin støtte til utstillingsideologien verdien av å vise frem utviklingen. Gerhardsen mente at de viktigste effektene av dette var at Oslo ble kjent for de tilreisende, at ledige hender fikk arbeid og at byens arbeidsliv og næringsliv ble tilført store verdier. Oslo som en storby med et pulserende produksjonsliv og en ny sosial standard har også i ettertid blitt bildet av byen på Vi kan-utstillingen.

---

<sup>597</sup> Aftenposten 17.09.38

<sup>598</sup> Eskeland 1939, ss. 134-135.



## Konklusjon

Oslo kommune spilte nøkkelrollen i utformingen av det ideologiske fellesskapet og den nye lokalidentiteten som ble formet på Vi kan-utstillingen. Den offentlige engasjementet for den i utgangspunktet private utstillingen var forutsetningen for det samarbeidet som arrangørene ønsket mellom offentlige og private krefter. Med en ny ideologi for samarbeid fikk begge parter anledning til å gi innhold til lokalidentiteten. Iscenesettelsen av Oslo med de tre kategoriene "Oslosak", "vi" og "hovedstadsideen" tilsvarte konsolideringen av byfellesskapet innad og utad. Uten Oslo kommune hadde disse bare handlet om en mønstring av næringslivet, med kommunens deltakelse ble offentlig ansvar og sosiale tiltak vesentlige aspekter ved lokalidentiteten.

Oslo kommune ønsket gjennom sine paviljonger å fremstå som en sammensatt, avansert, komplisert virksomhet preget av utstrakt arbeidsdeling mellom etater og virksomheter. De sosiale problemene skulle løses ved å ta i bruk vitenskaplig baserte virkemidler og løsninger i helsetilbud og boligbygging. Utstillingen viste hvordan det offentlige engasjementet viste veien ut av den sosiale krisen. Oslo skulle vises frem som et forbilde. Dette var ideologiske standpunkter fra Oslo kommune for den sosialpolitiske modernismen som utgjorde en av de tre sidene i hovedbudskapet på Vi kan-utstillingen. De to andre sidene var den sosialestetiske og den teknisk-økonomiske modernismen som var representert av miljøene i og rundt foreningen Brukskunst og OHIF.

Disse tre sidene i budskapet hadde alle til felles at de ble formidlet med en estetisk-santitær retorikk. Denne var karakteristisk for utstillingsideologien, og betegner derfor den særegne virkemåten som Vi kan-utstillingen fikk når det gjaldt å formidle bysamfunnet i Oslo gjennom næringsliv og offentlig administrasjon. Denne retorikkens viktigste egenskap var å avpolitiserer samtidig som den åpnet for at det enkelte individ fikk et ansvar for å skrive seg inn i den utviklingen som utstillingen presenterte. "Den nye sakligheten" preget alle de tre formene for modernisme. Saklighet erstattet politikk som optikk for de utfordringene som ble presentert på Vi kan-utstillingen og gjorde at den kunne mottas av en bred offentlighet uten vesentlige protester. Her fikk de som sto bak utstillingen mulighet til å skape et kulturelt hegemoni med henvisning til vitenskap og alles felles interesse.



## Kapittel 6 Konklusjon

Denne oppgaven har analysert Vi kan-utstillingen som et politisk motivert og ideologisk preget tiltak for å motvirke den økonomiske og sosiale krisen på 1930-tallet. De overordnede problemstillingene som ble stilt innledningsvis var: *Hvorfor og hvordan ble Vi kan-utstillingen et viktig virkemiddel for å fremme budskapet om forbruk, velferd og samarbeid? Hvilken mening ble skapt for arrangører, deltakere og tilskuere gjennom prosessen med forberedelser og gjennomføring av utstillingen? Hvordan klarte aktørene å undertrykke de politiske og ideologiske aspektene ved utstillingen?*

Tanken om en utstilling fikk bred tilslutning som et tiltak for å gripe aktivt inn mot krisen. Reklame fikk et gjennombrudd under krisen for å øke omsetningen, og i løpet av 1930-tallet var utstillinger en viktig reklamekanal. Utstillinger hadde tradisjonelt gitt en oversikt over utviklingen i håndverk og industri for å skape tiltro til fremskrittet. Utstillingstanken passet med kriseforståelsen hos aktørene som gikk ut på at transformasjon av produksjonen og nasjonalisering av økonomien ville skape aktivitet og arbeidsplasser slik at krisen ble løst. Derfor var det viktig å vise at norske varer holdt følge med utviklingen for å konkurrere med importvarer. Bevisstheten om disse virkningene gjorde at både store deler av næringslivet og Halvard Olsen i Arbeidernes faglige landsorganisasjon gav sin tilslutning til et initiativ fra næringsborgerskapet. Både Halvard Olsen i Arbeidernes faglige landsorganisasjon og Finn Dahl i Norsk arbeidsgiverforening satt i utstillingens hovedstyre. Denne tilslutningen brukte arrangørene som argument for at tiltaket var upolitisk. Likevel fikk utstillingen et politisk og ideologisk innhold, og disse interessene skapte konflikter og forhandlinger mellom arrangører, deltaker og tilskuere som påvirket den meningen utstillingen hadde for dem.

Under forberedelsene ble forutsetninger for utstillingen lagt gjennom tomtevalg, klassifisering av innhold og finansiering. I alle tilfeller ble det tatt hensyn til hva som kunne tjene utstillingen et prosjekt for næringslivet. Hensynet til økonomiske interesser ble satt først i forholdet mellom OHIF, Foreningen Brukskunst og arkitekt Arne Korsmo. Den sosialeestetiske bevegelsen ville lage en utstilling som skulle representere noe nytt estetisk for å utbre ”den gode smak”, og skape sosial utjevning med like og riktige estetiske standarder for alle. Men OHIF og deres representanter satte til side estetikken der den var i konflikt med de økonomiske interessene til bestemte deltakere i utstillingen. Dette utdefinerte muligheten til å lage en norsk parallell til den programmatisk Stockholmsutstillingen 1930 som hadde et sosialt og estetisk budskap.

Arrangørene i OHIF ville lage ”en moderne utstilling”, ”altomfattende Osloutstilling og en ”Oslosak”. Disse retoriske grepene laget en vid og pragmatisk ramme for hva som kunne være med på utstillingen. Som nevnt var store utstillinger ”krystalliseringspunkter som var relatert til et uendelig antall livsområder, liv, samfunn og materialer”.<sup>599</sup> Siden utstillingen kom til å vise ”et tverrsnitt av Oslo i dag” med både næringsliv og kommunal virksomhet, ble budskapet pragmatisk.<sup>600</sup> Utstillingen var flertydig for aktørene og var knyttet til deres tre former for modernisme: sosialestetisk, teknisk-økonomisk og sosialpolitisk. Mellom disse var det motsetninger som kom til uttrykk i både åpne konflikter, som i forholdet til den sosialestetiske bevegelsen, og i ulike ytringer i avisomtalen. Men det pragmatiske budskapet med motivene forbruk, velferd og samarbeid gav variasjonene i modernismen en felles overbygning. Oslo ville fremstå med et pulserende produksjonsliv og som sosialpolitisk avansert slik at byen ble et moderniseringsentrum.

Med de modernistiske budskapene forsøkte aktørene fra næringsborgerskapet og den utdannede middelklassen å definere og få gjennomslag for sitt kulturelle hegemoni. På samme måte som ved andre store utstillinger, ble også Vi kan-utstillingen arrangert med ambisjonen om å presentere og formidle et fullstendig og riktig bilde av den samtidige kulturens tilstand.<sup>601</sup> Næringsborgerskapets egen teknologi var på utstillingen i hovedsak industri, og denne ble fremstilt som den drivende kraften i velstandsutviklingen med nye og billigere varene for alle. Med reklamen spilte produsentene på tilskuernes fascinasjonen for maskiner som alltid hadde vært populært på utstillinger. Folk fikk se produksjonsprosesser som ble visualisert i alt fra belærende utstillinger og demonstrasjoner til gigantiske modeller av merkevarer i bevegelse. Produsentene spilte på hedonistiske motiv der mengden av varer i seg varslet om et nytt forbruksmønster og skapte nye behov. Dette var den teknisk-økonomiske modernismen som skulle fornye samfunnet. Oslo kommune tok ansvar for velferden med sine sosiale tiltak for alle. Ordningene sørget for borgerne gjennom hele livet med helsestell, Oslofrokost, skoler, yrkesveiledning, nye boliger i nye bydeler, og friluftsliv. Dette var en sosialpolitisk modernisme preget av verdier fra den utdannende middelklassen. Denne typen ordninger ble en del av velferdstaten etter krigen. Selv om Foreningen Brukskunst ikke var med som utstillere, fikk møbler og interiørløsninger som bad og kjøkken mye omtale i avisene i rammen av en sosialestetisk modernisme, der det som var utstilt ble sett som ”god smak” og ”et mønster for alle”.

---

<sup>599</sup> Brenna 2002, s. 6.

<sup>600</sup> Aftenposten 12.05.38. Dette sa Platou i sin tale da utstillingen åpnet denne dagen.

<sup>601</sup> Ekström 1994, s. 211.

Alle disse variasjonene av modernismen var preget av den nye sakligheten som ideologi med vekt på rasjonalitet, objektivitet og faglighet. Det meste av det som ble stilt ut kunne settes i et sosialhygienisk perspektiv som midler til å skape et nytt og *riktig* handlingsmønster. Den utdannede middelklassen støttet produsentene av forbruksvarer med informasjonsarbeid for å vise at bruk av varene ville endre folks livsmønster. Kvinner som forbrukere ble en målgruppe for demonstrasjoner utført av ”eksperter” fra Husmorforbundet og enkeltprodusenter som Lilleborg. De sosiale tiltakene hos Oslo kommune var bygget på kunnskap hos fagfolk som leger, pedagoger og arkitekter. Ordningene skulle bidra til å klasseforsoning i byen og en lokal identitet der den nye sosiale standarden var karakteristisk. De sosialestetiske omtalene i avisene skulle spre samme smak til alle. Gamle sosiale skiller skulle oppheves med nye handlingsmønstrene for en ny og moderne innstilt middelklasse. Slik ville aktørene på utstillingen definere og få gjennomslag for sitt kulturelle hegemoni.

### Samarbeid for et borgerlig hegemoni

Svein Ivar Angell hevder i sin analyse at Vi kan-utstillingen var et uttrykk for nasjonal tilnærming mellom arbeiderbevegelsen og borgerlig side i politikken. Det moderne prosjektet bygget på økende konsensus om de nasjonale institusjonene i samfunnet, og utstillingen viste at prosjektet nå pekte optimistisk fremover. ”I 1938 var partane i produksjonsprosessen difor i stand til å laga ei mønstring over sitt sams utviklingsnivå, både i høve til den tekniske og sosiale standard.”<sup>602</sup> Hovedtolkningen av utstillingen er ”Nasjonal klasseforsoning og optimistisk modernitet”, og utstillingen blir tolket som et enhetlig uttrykk for dette. Samtidig mener han at utstillingsformen bygger på en sammensmeltning av idealisert og faktisk virkelighet. Utstillingen gav muligens bare uttrykk for oppfatninger i deler av samfunnet, men Angell drøfter ikke disse spørsmålene ytterligere.<sup>603</sup> Angell mener også at utstillingen pekte fremover mot den sosialdemokratiske orden i etterkrigstiden. I innledningen valgte jeg bort å undersøke utstillingen med perspektiver på nasjonalisme siden dette er behandlet av Angell.<sup>604</sup> Basert på min undersøkelse blir spørsmålet om tilslutningen til utstillingen fra partene i produksjonsprosessen påvirket den meningen som utstillingen hadde for arrangører, deltakere og tilskuere.

Samarbeidet mellom arbeid og kapital var et symbol for utstillingen, og passet inn i den sene mellomkrigstiden der åpne konflikter ble dempet. Representantene for arbeidslivet

---

<sup>602</sup> Angell 1994a, s. 134.

<sup>603</sup> Angell 1994a, s. 134.

<sup>604</sup> Kapittel 1 Innledning

var Halvard Olsen og Finn Dahl i hovedstyret. Her spilte de likevel passive roller, og samarbeidet handlet i liten grad om at partene i arbeidslivet gjorde innrømmelser overfor hverandre. Arbeid og kapital støttet utstillingen ut fra begrunnelser som tjente egne interesser. Tilslutning til andre klasseforsonende institusjoner var heller ikke alltid fulgt av reell tilnærming. Da Hovedavtalen i arbeidslivet ble inngått i 1935 så ingen av partene seg sterke nok til å få gjennomslag for sine krav. Enigheten mellom partene utviklet seg i ettertid.<sup>605</sup> De store utstillingene var alltid et redskap for næringsborgerskapet, og det var deres interesser som preget Vi kan-utstillingen. Samarbeidet mellom arbeid og kapital ble brukt av næringsborgerskapet i OHIF som argument for legitimiteten til sitt eget prosjekt. Utstillingen skulle brukes som et ideologisk redskap til å påvirke forholdet mellom produsent og forbruker, og mellom private og offentlige krefter – alt for å styrke næringsborgerskapets interesser om økt omsetning. Her bidro utstillingen til å skape et moderne forbruksmønster gjennom en sosialestetisk og en teknisk-økonomisk modernisme.

OHIF samarbeidet også med Oslo kommune og dermed Oslo Arbeiderparti, men dette var også primært et praktisk samarbeid. Offentlige myndigheter støttet vanligvis store utstillinger slik Oslo kommune også gjorde på 1930-tallet. Den sosialpolitiske modernismen kom først med i planene for utstillingen i 1937. Den nye sakligheten forente forbruksvarene med de sosiale tiltakene på et ideologisk plan. Men det politiske budskapet fra Oslo Arbeiderparti hadde liten eller ingen forbindelse med den meningen OHIF opprinnelig hadde med utstillingen. Etter forslag fra arkitekt Knut Knutsen som var sosialist, bestemte Oslo kommune at deres bidrag ikke skulle begrenses til kommunale bedrifter, men vise arbeidet med nye sosiale tiltak. Oslo kommune var klar over at de dermed gikk utover utstillingens program. OHIF var bevisst om at det politiske budskapet fra kommunen stred i mot utstillingens idé, men forsvarte seg med at den kommunale virksomheten viste livet i byen. Den var en del av den informasjonen som hørte med for gi et tverrsnitt av Oslo, og de sosiale tiltakene var også en attraksjon for turistene som igjen var viktig for utstillingen.

Angell mener at Vi kan-utstillingen viste hvordan det var konsensus om nasjonale institusjoner og moderniseringsprosjektet i Norge pekte optimistisk fremover. På utstillingen var dette et pragmatisk artikulert prosjekt relatert til de tre formene for modernisme. Vi kan-utstillingen passer til det Sejersted skriver om moderniseringskonseptet som var mer uklart i Norge enn i Sverige. Stockholmsutstillingen var programmatisk for en sosialestetisk modernisme. Den funksjonalistiske arkitekten skulle planlegge et samfunn med sosial og

---

<sup>605</sup> Kjeldstadli 2000, ss. 72-73.

estetisk likhet. Vi kan-utstillingen var pragmatisk der en teknisk-økonomisk modernisme sto i motsetning til en sosialestetisk bevegelse. Utstillingen fremhevet vekst i produksjon og omsetning av rimelige forbruksvarer som det viktigste midlet til velstand. Ole Colbjørnsen og Axel Sømme hadde med "En norsk treårsplan" fra 1933 også satt høyere produksjon som mål og middel til modernisering. Slike felles mål for både arbeid og kapital var et grunnlag for klasseforsoning, men midlene var forskjellige. Colbjørnsen og Sømme, og senere også kriseprogrammet fra Arbeiderpartiet i 1934, satte planøkonomi som løsning.

Næringsborgerskapet ønsket næringsfrihet, og en utstilling var et ledd i en slik strategi. Under forberedelsene hadde også Aftenposten i 1938 satt planøkonomi opp mot næringsfrihet og utstilling som krisetiltak.

Vi kan-utstillingen kan derfor ikke betraktes som et enhetlig tiltak i harmoni med seg selv slik som Angell gjør i sin analyse. Forberedelsene til utstillingen understreker at prosjektet hadde en mer sammensatt karakter. Diskusjonene om utforming og innhold på utstillingen viser klare interessemotsetninger knyttet til både sosiale skiller og estetiske kategorier. Tanken om å lage en utstilling ble lansert i 1932 før målene om høyere produksjon var klart definert og programfestet i arbeiderbevegelsen. Platou definerte dessuten produksjonen som allerede for stor i 1933. Først var utstillingstanken et kortsiktig krisetiltak begrenset til bare å vise håndverk og industri. Da arrangørene senere fikk tilslutning fra representanter for både arbeid og kapital, og Oslo kommune bestemte seg for vise sosialpolitikk, fikk utstillingen sin særegne profil ved vekt på forbruk, velferd og samarbeid.

Dette kulturelle hegemoniet ble definert av næringsborgerskapet og den utdannede middelklassen. De knyttet sammen flere tema i en utstilling og gjorde denne fremstillingsformen til det ideologiske apparatet hvor de skulle få gjennomslag for hegemoniet. Denne strategien hos aktørene har blitt synlig ved å studere en av de mange store utstillingene i mellomkrigstiden. De andre store norske utstillingene i denne perioden er ikke undersøkt et utstillingshistorisk perspektiv. En slik undersøkelse vil kunne kaste lys over hvordan lokalt næringsliv og offentlige myndigheter også andre steder brukte denne typen tiltak som ideologiske redskaper for sine interesser. Også her vil det være vanskelig å måle den direkte effekten av disse utstillingene i en kompleks utvikling. Men den kulturelle sammenhengen utstillingene var en del av med vekt på saklighet og sosial integrasjon, viser at utstillingene må ha bidratt til utviklingen.





## Litteratur

- Aléx, Peder 1994: *Den rationella konsumenten. KF som folkuppfostrare 1899 – 1939*, Brutus Östlings Bokförlag Symposion, Stockholm/Stehag.
- Alzén, Annika 2002: *Svea Rike. Med historien som språngbräda mot framtiden*, Tvärsnitt nr. 2-2002. Lastet fra internett 01.05.07:  
<http://www.vr.se/huvudmeny/arkiv/2002/tvarsnittnr22002/svearikemedhistoriensomsprangbradamotframtiden.4.6703f9bd10e07db4ff18000279.html>
- Angell, Svein Ivar 1994a: *Frå splid til nasjonal integrasjon. Norsk nasjonalisme i mellomkrigstida*, hovedoppgave, Historisk institutt, Universitetet i Bergen.
- Angell, Svein Ivar 1994b: *Nasjonal klasseforsoning og optimistisk modernitet – ”Vi kan”-utstillinga i Oslo 1938*, TMV arbeidsnotat nr. 74/1994.
- Annaniassen, Erling 1991: *Hvor nr. 13 ikke er... Boligsamvirkets historie i Norge, bind 1*, Gyldendal Norsk Forlag A/S, Oslo.
- Bastiansen, Henrik G. & Dahl, Hans Fredrik 2003: *Norsk mediehistorie*, Universitetsforlaget.
- Benum, Edgeir 1985: *Teknologi, arbeid, utdanning. Utviklingstendenser i opplæring til industrielt arbeid ca. 1910 – ca. 1965*, Tidsskrift for arbeiderbevegelsens historie, nr. 1-1985.
- Benum, Edgeir 1992: *Fra bystolthet til byambisjoner: Byidentitet og markedsføring i 1950- og 1980-årene*, St. Halvard nr. 3-1992.
- Berner, Boel 1999: *Husmors Filmer och den moderna husmoderen: Teknikk och expertis i hushållet under 1950- och 60-tal*, Historisk tidsskrift (svensk) (3) 1999, ss. 479-501.
- Berman, Marshall 1995 (1.utgave 1982): *Alt som är fast förflyktigas. Modernism och modernitet*, Arkiv förlag.
- Bing og Johnsen (red.) 1998: *Nye hjem. Bomiljøer i mellomkrigstiden. By og bygd XXXV* Norsk folkemuseums årbok 1997-1998, Oslo.
- Bowden, Sue & Offer, Avner 1996: *Ch. 8: The Technological Revolution That Never Was*, i (Red.) Garzia, Victoria de, *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, University of California Press/Permissions dep., s. 244-274.
- Brenna, Brita 1994: *Disiplinerte drømmer. Verdensutstillinger i London og Paris 1851-1867*, hovedfagsoppgave i idéhistorie, Universitetet i Oslo.
- Brenna, Brita 2002: *Verden som ting og forestilling. Verdensutstillinger og den norske deltakelsen*, Acta Humaniora, Unipub, Oslo.

- Brenna, Brita 2003: *Verdensutstillinger: Å se er å lære*, i Museer i fortid og nåtid. Essays i museums kunnskap, Novus forlag, Oslo.
- Brochmann, Odd 2003 (1. utgave 1979): *Bygget i Norge fra 1814 til etterkrigstiden* (2. bind), Andresen & Buthenschøn AS.
- Bull, Edvard 1995 (1. utgave 1978): *Klassekamp og fellesskap 1920-1945*, Norges historie bind 13, J.W. Cappelens forlag A/S, Oslo.
- Cornell, Elias 1952: *De stora utställningarnas arkitekturhistoria*.
- Cross, Gary 2000: *An All-Consuming Century*, Columbia University Press, New York.
- Dijk, Teun A. van 1998: *Ideology. A multidisciplinary approach*, SAGE Publications, London.
- Ekström, Anders 1994: *Den utställda världen. Stockholmsutställningen 1897 och 1800-talets världsutställningar*. Nordiska museets Handlingar 119. Nordiska museets förlag.
- Fjeldstad, Karen Marie 1998: *"Nu skal Slaget atter stande: Som paa Hafursfjordens vande..." En kulturhistorisk undersøkelse av tre norske industriutstillinger 1873-1898*. Hovedoppgave i historie, Universitetet i Oslo.
- Findal, Wenche 1996: *Norsk modernistisk arkitektur. Om funksjonalismen*, J.W. Cappelens forlag A/S, Oslo.
- Findling, John E. (red.), Pelle, Kimberly P. (ass. red.), *"Historical Dictionary of World's fairs and Expositions 1851-1988"*, Greenwood press, New York.
- Frost, Robert L. 1993: *Maschine Liberation: Inventing Housewives and Home Appliances in Interwar France*, i French Historical Studies, Society for French Historical Studies 18 (1) 1993, ss. 109-130.
- Fure, Odd-Bjørn 1996: *Mellomkrigstid 1920-1940*, Norsk utenrikspolitikk historie bind 3, Universitetsforlaget.
- Furre, Berge 2000: *Industrisamfunnet – frå vokstervisje til framtidstvil*, Norsk historie 1914-2000, bd. 6, Samlaget.
- Glambek, Ingeborg 1988: *Kunsten, nytten og moralen. Kunstindustri og husflid i Norge 1800-1900*, Solum forlag A/S, Oslo.
- Glambek, Ingeborg 1995: *Arkitektur og ideologi*, Nytt norsk tidsskrift nr. 3/1995.
- Gneriussen, Willy 1999: *Å forstå det moderne*, Tano Aschehoug, Oslo.
- Gussgård, Gunnar 1987: *Om maktdimensjonen i byplanleggingen. En studie i plan- og beslutningsprosessene bak lokaliseringen av tre statelige/halvstatelige prosjekter i Oslo*. Hovedoppgave i geografi. Meddelelse nr.19 fra Geografisk institutt, Universitetet i Oslo.

- Hanisch, Tore og Lange, Even 1981, *Forbrukersamfunnet*, i *Underveis – mot nye tider*, Norges kulturhistorie bind 8, H. Aschehoug & Co, (W. Nygaard), Oslo.
- Habel, Ylva 2006: ”*Så är Sveriges folk ett folk av is och sol*”. Moderna museet, Stockholm.  
<http://www.modernamuseet.se/v4/templates/template3.asp?id=2366&bhcp=1>,  
 lastet  
 fra internett 10.02.06
- Jakobsen, Kjetil 1994: ”*Efter oss kommer overfloden*” *Teknokratisk moderniseringsideologi i norsk politikk og samfunnsvitenskap 1917-1953*, Hovedoppgave i historie, Universitetet i Oslo.
- Johannisson, Karin 2000: *Den undflygande hälsan. Hälsostراتيجier i Sverige under 1900-talet*, Försäkringskassaförbundet (FKF), FKFs förlag, Stockholm. Lastet fra internett 01.05.07 [http://uppsol.forsakringskassan.se/upload/pdf/trycksaker/102\\_18.pdf](http://uppsol.forsakringskassan.se/upload/pdf/trycksaker/102_18.pdf)
- Jørgensen, Finn Arne 2001: *Tidens krav. Framveksten av det vitenskapelige husstellet i Norge 1900-1940*, hovedoppgave i historie, Historisk institutt og Senter for teknologi og samfunn, NTNU.
- Kaldal, Ingar 2002: *Frå sosialhistorie til nyare kulturhistorie*, Det norske samlaget, Oslo.
- Kirkhusmo, Anders 1997: *Vekst gjennom krise og krig 1920-1964*, Trondheims historie 997-1997 bind 5, Universitetsforlaget.
- Kjeldstadli, Knut 1989: *Jerntid. Fabrikksystem og arbeidere ved Christiania Spigerverk og Kværner Brug fra om lag 1890 til 1940*, Pax forlag a/s, Oslo.
- Kjeldstadli, Knut 1990: *Oslo bys historie bind 4*, J.W. Cappelens forlag A/S, Oslo.
- Kjeldstadli, Knut 1994, *Et splittet samfunn 1905-35*, Aschehougs norgeshistorie bind 10, H. Aschehoug & Co. (W.Nygaard), Oslo.
- Kjeldstadli, Knut 2000, *1930-tallet – nasjonal enighet, klassekompromiss eller samling ovenfra?* i Førland (red.) *Bidrag til verdienes historie*, Pax forlag a/s, Oslo.
- Kjeldstadli, Knut 2005: *Oslo-identitet og innvandring*, i *Identitet – en ressurs for konkurransedyktige storbyer og storbyregioner?* Norsk lokalhistorisk institutt, Kommunal og regionaldepartementet Oslo.
- Lange, Even 1974: *Norsk treindustri i begynnelsen av 1930-årene*, hovedoppgave i historie, Universitetet i Oslo.
- Lange, Even 1998: *Samling om felles mål 1935-70*, Aschehougs norgeshistorie bind 11, H. Aschehoug & Co. (W.Nygaard), Oslo.
- Lie, Einar 2005: *Hjemmemarkedsledet eller eksportledet vekst på 1930-tallet? – Nei takk, begge deler*, i *Historisk tidsskrift* bind 84, nr. 1-2005, ss. 487-494.

- Lie, Einar 2006: *Økonomisk politikk i det 20. århundret*, i Historisk tidsskrift bind 85, nr. 4-2005, ss. 645-664.
- Lyngø, Inger Johanne 1993: *Å komme bort fra byen til landlige omgivelser*, i Klepp & Thorsen (red.) Den mangfoldige fritiden, Ad Notam Gyldendahl, Oslo.
- Lyngø, Inger Johanne 2003: *Vitaminer! Kultur og vitenskap i mellomkrigstidens Kostholdspropaganda*, Acta humaniora, Unipub Oslo.
- Lønnå, Elisabeth 2002: *Helga Eng. Psykolog og pedagog i barnets århundre*, Fagbokforlaget, Bergen.
- Meikle, Jeffrey L. 1979: *Twentieth Century Limited*, Temple University Press, Philadelphia.
- Melby, Kari 1985: *Byene i mellomkrigstiden: lettelse og forskjeller*, i Avdem, Anna Jorunn og Melby, Kari, Oppe først og sist i seng, Universitetsforlaget AS.
- Myhre, Jan Eivind 2004: *The middle Classes of Norway 1840-1940*, i (ed.) Ericsson, Fink and Myhre, The Scandinavian Middle Classes 1840-1940, Unipub forlag, Oslo Academic Press.
- Myhre, Jan Eivind 2005: *Oslo – en storby uten identitet?*, i Identitet – en ressurs for konkurransedyktige storbyer og storbyregioner? Norsk lokalhistorisk institutt, Kommunal og regionaldepartementet Oslo.
- Myrvang, Christine 2004: *Ting av sin tid. Produksjon, konsum og design 1920 – 1960*, i Brenna, Myklebust og Myrvang, Temmet eller uhemmet? Historiske perspektiver på konsum, kultur og dannelse, Pax forlag A/S, Oslo.
- Nielsen, Tove Jacobsen 1976: *Krise og markedsutvidende tiltak*. Hovedoppgave i historie, Universitetet i Tromsø.
- Nielsen, Tove 1978: *Arbeiderbevegelsen, krisen og markedet*, i Tidsskrift for arbeiderbevegelsens historie nr. 1-1978, s. 61.
- Nolan, Mary 1990: *Housework Made Easy: The Taylorized Housewife in Weimar Germany's Rationalized Economy*, i Feminist studies, Feminist studies, Inc 16 (3) 1990, ss. 549-577.
- Nolin, Bertil (red.) 1993: *Kulturradikalismen. Det moderna gjenombrottets andra fas*, Brunt's östlings bokforlag og Symposion. Stockholm/Stehag.
- Norberg-Schulz, Christian 2000 (1. utgave 1986): *Arne Korsmo*, Universitetsforlaget.
- Norberg-Schulz, Christian 2003 (1. utgave 1997): i *Sverre Fehn, Samlede arbeider*, N.W. Damm & Søn AS.
- Pred, Allan 1995: *Recognizing European Modernities. A Montage of the Present*, Routhledge, London.

- Ringdal, Nils Johan 1994: *Moss bys historie*, bind 3 perioden 1880-1990, Moss kommune.
- Rudberg, Eva 1999: *Stockholmsutställningen 1930*, Stockholmia förlag.
- Rudeng, Erik 1983: *Fremskrittets fester*, Byminner nr. 3-1983. Oslo Bymuseum.
- Rudeng, Erik 1989: *Sjokoladekongen, Johan Throne Holst – en biografi*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Rudeng, Erik 1995: *Internasjonale utstillinger og norske særtrekk*, Dugnad nr. 1-1995, Novus forlag.
- Rydell, Robert W. 1984: *All the World's a Fair. Visions of Empire at American International Expositions, 1876-1916*, The University Press of Chicago. Chicago and London.
- Rydell, Robert W. 1993: *World of fairs. The century of Progress Expositions*, The University of Chicago Press. Chicago and London.
- Sandmo, Erling 2002: *Gammel og ny kulturhistorie*, i (red.) Johansen, Losnedahl og Ågotnes, Tingenes tale. Innspill til museologi. Bergen museums skrifter nr. 12.
- Sanstøl, Jorunn 1990: "Skinnfell" eller "toga"? *Henrik Sørensen i norsk klassisisme-debatt på 1920-tallet*, i Byminner nr. 3-1990, Oslo Bymuseum.
- Simonnæs, Anne 2003: *Jubileumsutstillingen på Frogner 1914 - en nasjonal feiring med internasjonale motiver? En kulturhistorisk undersøkelse av forarbeidet til industriutstillingen i Kristiania i perioden 1900-1914*, hovedoppgave i historie, Universitetet i Oslo.
- Sejersted, Francis 1985: *Historisk introduksjon til økonomien*, J.W. Cappelens forlag A/S, Oslo.
- Sejersted, Francis 2005: *Sosialdemokratiets tidsalder*, Pax forlag A/S, Oslo.
- Skjerven, Astrid 2004: *Helhet og deler*, i Brønne, Bøe, Skjerven: *Arne Korsmo. Arkitektur og design*. Universitetsforlaget. Oslo.
- Slagstad, Rune 1998: *De nasjonale strateger*, Pax forlag A/S, Oslo.
- Steen, Sverre 1942: *Fra i går til i dag*, i Bugge og Steen (red.), *Norsk kulturhistorie bind 5*, J.W. Cappelens forlag A/S, Oslo.
- Stranger, Rolf 1972: *I all fortrolighet*, Aschehoug forlag. (W.Nygaard), Oslo.
- Sørensen, Øystein 1991: *Solkors og solidaritet*, J.W. Cappelens forlag A/S, Oslo.
- Tjelmeland, Halvard 1995: *Kva er modernisering*, i *Inn i det moderne klassesamfunnet?*, i Jan Eivind Myhre (red.) *Nord Norges modernisering*, Univ. i Tromsø, s. 1-14.
- Thörn, Håkan 1992, "Vad er "det moderna"?", i (red.) Blomberg, Eva et al., *Häftan for Kritiska studier*, nr. 4.
- Tvedten, Arne Sigmund og Knutsen, Bengt Espen 1982: *Knut Knutsen 1903-1969 En vandrer*

*i norsk arkitektur*, Gyldendal norsk forlag, Oslo.

Venneslan, Christian 2005: *Krise og vekst i Norge på 1930-tallet – et kildemateriale til besvær?*, i *Historisk tidsskrift* bind 84, nr. 3-2005, ss. 495-500.

Østerberg, Dag 1999: *Det moderne. Et essay om Vestens kultur 1740 – 2000*, Gyldendal.

# Kilder

## Bøker

Brochmann, Georg 1938: *Jeg vil bli til noe*, J. W. Cappelens forlag.

Eskeland, Øystein Orre 1939: *Vi kan-utstillingen Oslo 1938*, Oslo.

Schou, August 1938: *Håndverk og industri i Oslo 1838-1938*, Oslo.

Steenstrup, Hj. 1934: *Hvem er hvem? 1934*, Oslo H.Aschehoug & Co. (W.Nygaard)

## Trykksaker

Sociale tiltak i Oslo. Oslo kommune i samarbeid med Reisetrafikkforeningen for Oslo og omegn 1939. (Nasjonalbiblioteket i Oslo)

Katalog og Oslofører Håndverks- og industriutstillingen i Oslo 1938 (Oslo Bymuseum)

Reklamefolder norsk (OHIF-arkivet)

Reklamefolder engelsk (OHIF-arkivet)

## Blader

Byggekunst

Farmand

Vi kan-bladet

Vi selv og våre hjem

## Aviser

Aftenposten

Arbeiderbladet

Dagbladet

Morgenbladet

Morgenposten

Handels- og sjøfartstidende

Tidens Tegn

## Arkivmateriale

*Oslo håndverks- og industriforening (OHIF)*

Arkiv etter Vi kan-utstillingen. Mapper merket med følgende tekst:

Utstillinger

1. Utstillingen 1938 31/12-35

Utstillinger V Vi kan-utstillingen I

Utstillinger VI Vi kan-utstillingen II

Vi kan

Vi kan hovedstyre arbeidsutvalg I Likvidasjon

*Oslo byarkiv*

Boks Dd-0181

Arkiv: Byarkitekten. Arkivskaper: Byarkitekten Serie: Dd saksmapper

Arkivstykkets innhold:

Trøndelagsutstillingen, tegninger

Håndverk og industriutstillin, 1934-1938

”Vi kan”-utstilling

Se spesielt:

Blå mappe merket: Håndverks- og industriutstillingen i Oslo 1938

Blå mappe merket: ”Vi Kan”-utstillingen 1938

*Lilleborgs museum*

Album merket:

Lilleborgs deltakelse i ”Vi kan”-utstillingen 1938



## Biografiske opplysninger

Direktør Th. Platou, f. 1892, var formann i komiteen, og samtidig formann i OHIF. Han var utdannet fra Oslo handelsgymnasium og hadde vært i lære ved flere bryggeribedrifter i utlandet. Direktør for Frydenlunds bryggeri i Oslo siden 1924. Han representerte bryggerinæringen i Norsk Arbeidsgiverforening, og hadde også hatt flere andre verv.<sup>606</sup>

Ekspedisjonssjef Per Vigstad, f. 1867, jurist, (Kirke og undervisningsdep.) ekspedisjonssjef for undervisningsavdelingen siden 1927. Varamann i Forsikringsrådet fra 1929.

Ekspedisjonssjef Aksel Kristoffer Hillestad, f. 1871, jurist, ekspedisjonssjef siden 1916 i Indredepartementet. Medlem av Patentstyret siden 1927 og andre offentlige verv samt medlem av Aker herredstyre.

Viseordfører Fr. Heiberg, f. 1874 i Oslo for Høyre var grosserer, hadde flere verv i styret, og satt i Børsens voldgiftsrett og Høyestretts kjæremålsutvalg. Han hadde også Oslo handelsgym. som utdanning.<sup>607</sup>

Ordfører E. Schiøtz, f. 1881 i Aker var lektor og hadde verv i flere styret.<sup>608</sup>

Murmester Arthur Nordlie, f. 1883, hadde eksamen fra Kunst- og håndverksskolen i 1902, og hadde vært to år i Berlin med håndverksstipend. Han hadde vært sittet i Oslo bystyre siden 1920 og på Stortinget siden 1927. Hadde flere verv i næringsliv og organisasjoner, bl.a. i styret for Norsk arbeidsgiverforening siden 1923, og styret i Landsforeningen Norsk arbeide siden 1921.<sup>609</sup>

Direktør Lorentz Vogt, f. 1883, jurist og direktør for Norges Industriforbund. Han hadde bakgrunn fra politisk arbeid i Høyre, pressearbeid og hadde flere styreverv, bla. i Norges Varemesse og landsforening Norsk arbeide. Han var viceformann i Norges industriforb. rasjonaliseringskontors styre.<sup>610</sup>

---

<sup>606</sup> Steenstrup 1934, s. 388.

<sup>607</sup> Steenstrup 1934, s. 200.

<sup>608</sup> Steenstrup 1934, s. 427-428.

<sup>609</sup> Steenstrup 1934, s. 362-363.

<sup>610</sup> Steenstrup 1934, s. 528.

Generalkonsul Rickard Bjercke, f. 1885, grosserer og med språkutdannelse fra Belgia og England. Hadde deltatt i statens forhandlinger med utlandet om import under 1.verdenskrig, og var siden 1931 formann i Landsforeningen Norsk arbeide. Hadde også sittet i Oslo bystyre 1922-28 og hadde diverse verv i næringslivet og satt i Børsens voldgiftstrett.<sup>611</sup>

Disponent Rolf Stranger, f. 1891, jurist, satt i Oslo bystyre og boikottdomstolen. Han var formann i styret for Norges varemesse, medlem av Oslo håndverks- og industriforenings representantskap og hadde andre offentlige verv.

Overlærer Jacob Tostrup Prytz, f. 1886, gullsmed, og var utdannet ved kunst- og håndverksskolen, og i Tyskland og Frankrike, og medinnhaver J. Tostrup siden 1914. Hadde flere styreverv, var skribent og medstifter av Foreningen Brukskunst, og medlem av Oslo håndverks- og indstriforeningsutstillingsutvalg siden 1916, formann 1927-31. Var også medlem og formann i flere utstillingskomiteer, bl.a. Norges deltakelse i utstillingene i Barcelona 1928 og i Antwerpen 1930.<sup>612</sup>

Skattefogd Nils Arveschoug Brinchmann, f. 1867, jurist, hadde vært ansatt i Finansdepartementet, vært medlem av diverse offentlige komiteer for skatt, budsjett og regnskap, og var skattefogd i Oslo siden 1908. Han hadde vært generalsekretær for jubileumsutstillingen i 1914 hadde utgitt den offisielle beretningen i 1922.<sup>613</sup>

---

<sup>611</sup> Steenstrup 1934, s. 59.

<sup>612</sup> Steenstrup 1934, s. 391.

<sup>613</sup> Steenstrup 1934, s. 78.